

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Laura Kala

**SPAATEENUSTE ARENDAMINE MAAPIIRKONNAS
JÄNEDA MÕISA LÕÕGASTUSKESKUS-SPA NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Heli Tooman, PhD

Pärnu 2014

Soovitan suunata kaitsmisele

(juhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud "... "..... a.

TÜ Pärnu kolledži osakonna juhataja

.....

(osakonna juhataja nimi ja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(töö autori allkiri)

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Terviseturismi teoreetilised käsitlused	6
1.1 Terviseturismi areng ja suundumused	6
1.2 Spaade liigitamine, spaatooted ja -teenused	10
1.3. Spaatoodete ja -teenuste arendamine maapiirkonnas	17
2. Jäned Mõisa Lõõgastuskeksus-SPA spaateenuste uuring	23
2.1 Jäned Spaa üldiseloostus	23
2.2 Uuringu kirjeldus	24
2.3 Uuringu tulemused	25
3. Ettepanekud spaatoodete ja -teenuste arendamiseks Jäned Spaale	32
Kokkuvõte	38
Viidatud allikad	41
Lisad	45
Lisa 1. Ankeetküsimustik	45
Lisa 2. Maapiirkonnas pakutavad spaateenused ja nende koduleheküljed	49
Lisa 3. Jäned Spaas pakutavad teenused ja nende kirjeldus	50
Summary	51

SISSEJUHATUS

Sõnal „spaa“ on käibel erinevaid tähendusi, keegi ei osa täpselt öelda, kust ja millal see sõna on tulnud ja kasutusele võetud. Spaadel on väga palju liike, ja neid tuleb aina rohkem juurde, samas on neil kõigil ühine eesmärk täita. Hetkel kiire elutempo juures on muutunud spaad populaarseteks, inimesed külastavad neid, et lõõgastuda ja tervendada oma keha ja vaimu.

Tavapäraselt pakutakse spaateenuseid enamasti ainult suuremates linnades, kuna seal on rohkem kliente ja võimalusi. Olulisemaks on muutunud ka spaa asukoht. Inimesed on hakanud huvituma spaadest, mis asuvad maapiirkonnas, kuna nendel spaadel on teatud eelised võrreldes linnas asuvate spaadega, näiteks personaalne lähenemine ja spaa asub kohas, kus on ilus loodus ja puhas õhk. Tänapäeval soovivad inimesed üha sagedamini oma puhkust linna asemel veeta maal ning maapiirkonnad, mis pakuvad spaateenuseid, arenevad kiiresti. Nõudlust maapiirkonnas pakutavate spaateenuste järele on seni vähe uuritud, sealhulgas ka Eestis. Samas on see teema muutumas aktuaalseks üleilmselt.

Käesoleva lõputöö teemaks on „Spaateenuste arendamine maapiirkonnas Jänedas Mõisa Lõõgastuskeskus-SPA näitel“ (edaspidi töös Jänedas Spaa). Teemat oleks vaja uurida, kuna spaateenuste pakkumine maapiirkonnas on üpris uudne, aga samas on muutumas inimeste seas üha enam nõutavamaks, aga ettevõtte ei ole piisavat teadmisi antud valdkonnaga. Ettevõtte ei oskaks ilma uuringut läbi viimata hinnata, kas uute ja olemasolevate teenuste järele on ka piisavalt nõudlust spaad külastatavate inimeste seas.

Lõputöös uurimisküsimuseks seati: Millised on spaateenuste arendamisvõimalused maapiirkonnas? Lõputöö eesmärgiks on selgitada välja, millised on klientide arvamused, ootused ja soovid spaateenuste kasutamisel maapiirkonnas ning esitada

ettepanekuid nende teenuste arendamiseks Jänera Spaas. Eesmärgist on diplomand püstitanud järgmised ülesanded:

- teemakohase kirjanduse läbitöötamine ja analüüsimine;
- uuringu koostamine ja läbiviimine Interneti keskkonnas;
- uuringu tulemuste analüüs ja järeldused;
- ettepanekute esitamine Jänera Spaale spaatoodete ja -teenuste arendamiseks ja looduslähedasemaks muutmiseks.

Uurimismeetodina kasutab diplomand kvantitatiivset uurimismeetodit, ankeetküsitlust. Küsitlus viidi läbi Internetikeskkonnas Connect.ee.

Lõputöö koosneb kolmest peatükist, mis jagunevad omakorda alapeatükkideks. Esimene peatükk annab ülevaate terviseturismi teoreetilistest käsitlemisest. Alapeatükis kirjutatakse terviseturismi arengust ning suundumustest. Selgitatakse, mida tähendab terviseturism ning kirjeldatakse terviseturismi arengut ja suundumusi. Järgmises alapeatükis antakse ülevaade erinevatest spaaliikidest ning selgitatakse, mis on spaatooted ja -teenused. Samas peatükis vaadeldakse põhjalikult, miks inimesed üldse soovivad spaadesse minna, mis on klientide jaoks olulisemad tõmbe- ja tõuketegurid ja kuidas saavutada klientide rahulolu. Kirjeldatakse, millest tuleks lähtuda turismitoote arendamisel maapiirkonnas. Kolmandas alapeatükis antakse allikatele tuginedes ülevaade, miks inimesed valivad puhkamiseks maapiirkonna ja kuidas maakohas asuvad spaateenõtted võiksid oma tooteid ja teenuseid arendada. Ning milliseid ühiseid jooni leidub turismiettevõtetes, mis asuvad maapiirkonnas.

Teises peatükis esitatakse Jänera Spaa lühitutvustus ning kirjeldatakse lõputöö uuringu eesmärk ja korraldus. Peatükis on välja toodud uuringu tulemused Jänera Spaa kohta. Kolmandas peatükis annab autor omapoolsed soovitusel ja ettepanekud Jänera Spaale seoses spaateenuste arendamisega.

Kokkuvõte annab ülevaate lõputöö olulisematest tulemustest ning vastustest. Lõputöö kasutamisel on kasutatud eesti- ja inglisekeelseid allikaid, sealhulgas teadusartikleid. Lõputöös on allikate loetelu, resümee ja lisad, mis sisaldavad ankeetküsimustikku, samuti maapiirkondades pakutavate spaade teenused ning Jänera spaas pakutavate hoolitsuste lühitutvustust.

1.TERVISETURISMI TEOREETILISED KÄSITLUSED

1.1 Terviseturismi areng ja suundumused

Turism on sotsiaalne, kultuuriline ja majanduslik nähtus, mis kujutab endast inimeste liikumist maadesse ja kohtadesse väljapoole oma tavalist keskkonda isiklikel või ärilistel põhjustel. Turism omab mõju majandusele, looduslikule ja tehiskeskkonnale ning kohalikule kogukonnale. (Understanding Tourism... 2012)

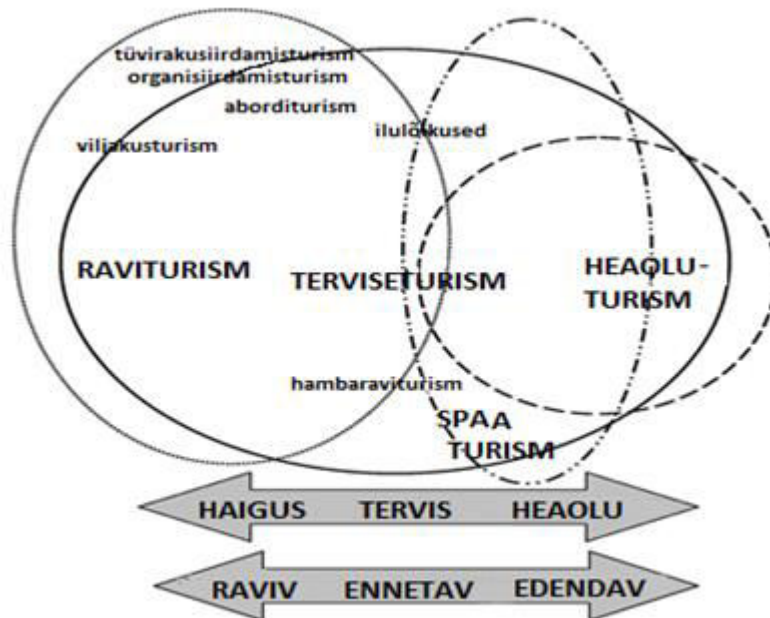
Terviseturismi arusaamiseks on vajalik mõista, kuidas kaasajal seletatakse mõistet tervis. Maailma Terviseorganisatsiooni (World Health Organization, WHO) 1948. aastal vastu võetud definitsiooni järgi tähendab tervis inimese täielikku kehalist, vaimset ja sotsiaalset heaolu, mitte ainult haiguse või puude puudumist. WHO täiendas seda mõistet 1984. aastal, lisades, et tervis on inimeste igapäevaelu ressurss, mitte elamise eesmärk, see on positiivne vaateistik, mis rõhutab inimeste sotsiaalseid, personaalseid ja füüsilisi võimeid. Uus lähenemine tervise arusaamale vallandas mitmete uute tervisekontseptsioonide, sealhulgas heaolukontseptsiooni arengu. (Wellness Tourism Worldwide, 2011; Nahrstedt, 2004; jt)

Goodrich (1994) on defineerinud terviseturismi kui turismivormi, kus turismiettevõtted ja sihtkohad meelitavad turiste sellega, et pakuvad neile lisaks tavalistele turismiteenustele terviseteenuseid ja rõhutavad inimestele teadlikult võimalusi tervise eest hoolistamiseks.

Leidub ka erinevaid terviseturismi käsitlusi, nt Ross (2001) ja Tabacchi (2003) vaatlevad terviseturismi kui igasugust reisimist, mis teeb “sinu või su pereliikme tervemaks”. Van Spielen’i (Smith & Puczko 2008) järgi tähendab terviseturism puhkuse ajal tervislikel eesmärkidel kodunt eemal viibimist. Sellisele turismivormile hakkavad inimesed tänapäeval rohkem tähelepanu pöörama.

Global SPA Summit (2011) avaldab arvamust, et mõiste terviseturism (*health tourism*) on tihtipeale segadust tekitav, kuna seda kasutatakse paljudel juhtudel ka raviturismi, aga üha sagedamini ka spaa- ja heaoluturismi sünonüümina, tegelikult tuleks terviseturismi näha kui katus mõistet neile turismivormidele, samas aga oleks vaja tunda ja mõista terviseturismi alavormide ühiseid tunnuseid ja eripärasid.

Hall (2011) selgitab joonise 1 toel, kuidas on terviseturism, ravi-, spaa- ja heaoluturism omavahel seotud. Ta näitab seda teekonda heaolust haiguseni ja haiguste ennetamisest ravile orienteeritud lähenemistele. Joonis näitab, et terviseturismi alavormid ei ole üksteisest isoleeritud, vaid pigem on otseses omavahelises seoses. Jooniselt 1 on näha, et terviseturismi ei saa seostada vaid ühe valdkonnaga (nt raviturismiga), vaid see jaguneb paljudeks erinevateks ja tihtipeale omavahel seonduvateks terviseturismi alavormideks. Joonisel on näha erinevate terviseturismivormide erinevus, piiritletus ning samas ka omavaheline seos, samuti näitab joonis, millal on tegemist ennetuse ja millal juba raviga. Joonise ülemises sektsioonis on näited sellistest terviseturismi alavormidest nagu aborditurism ja viljakuse tõstmise turism. Siit ilmnevad ka mitmed väga keerukad eetilised ja poliitilised probleemid, mis seonduvad terviseturismiga.



Joonis 1. Terviseturismi alavormide vahelised seosed. Allikas: Hall (2011, 4–5) alusel.

Eesti Riiklik turismiarenduskava (2013: 21–22) toob välja Eesti terviseturismi tuleviku potentsiaalsed suundumused. Eestil on terviseturismi arendamiseks olemas suur potentsiaal ja mitmekesised ressursid, sealhulgas loodusvarad (nt ravimuda, mineraalvesi ja savi), kohalikud ja puhtad põllumajandussaadused, tervislik toit ja palju muud. Lisaks mitmekesistele ravidele, hoolitsustele, lõõgastavatele ja tervislikele tegevustele kasvab nõudlus terviseuuringute, tervisliku eluviisi ja toitumiskursuste, personaalse nõustamise teenuse jms järele. Samuti võtab Eesti raviturism järjest laiemaid mõõtmeid ning üha rohkem väliskülalisi planeerib spetsiaalselt meditsiinilistel eesmärkidel oma reisi Eestisse.

Eestil on otstarbekas leida oma tervishoiuteenuste nišid, millega teistest riikidest eristuda. Kuna Eesti ei suuda välisriikidega kogu tervishoiuteenuste skaalas konkureerida, siis tuleks keskenduda valdkondadele, kus on piisav konkurentsieelis. Tervishoiuturismi arengule aitab kaasa parema teenusekvaliteedi, odavama hinna ja lühemate järjekordade otsingud, seda nii üksikisikute kui ka riikide tervishoiusüsteemide tasandil. Siinkohal on ka oluline, et vaatamata ohtudele, mida kriitikud tervishoiuturismiga seoses märgivad, lubab rahvusvaheline kogemus väita, et oskuslikul kavandamisel võimaldab see tuua süsteemi lisaraha ning tõsta tervishoiu süsteemi tervikuna. (Eesti Arengufond 2010: 7, 70)

Terviseturismi arendamise peamiseks tegevusteks on:

- sihtturgude ja sihtrühma vajadustele vastavate uuenduslike ning eristuvate terviseturismitoodete ja -teenuste väljaarendamine, sh piiriülese tervishoiuteenuse osutamise võimaluste laialdasem rakendamine;
- Eesti kui raviturismi sihtkoha potentsiaali parem kasutamine koostöös ettevõtjatega ja asjaomaste avaliku sektori asutustega;
- terviseturismitoodete- ja teenuste tutvustamine prioriteetsetel sihtturgudel;
- terviseturismitoodete ja -teenuste kvaliteedi, sh teeninduskvaliteedi tõstmine läbi kvaliteedikriteeriumite väljatöötamise ja rakendamise;
- spaateenuseid pakkuvate ettevõtete keskkonnasäästlikkuse, sh energiatõhususe suurendamine.

Eestis panustatakse iga aastaga rohkem elanike tervise ning terviseturismi arendamisele. Selle jaoks on välja arendatud Eesti Terviseturismi Klaster (edaspidi ka ETTK), mis on koostöökogu, mis ühendab uuendusmeelseid Eesti ravispaa-ettevõtjaid, teadus- ja arendusasutusi, teisi terviseturismi valdkonnaga seotud katusorganisatsioone ning ettevõtjaid, kelle ühine eesmärk on Eesti terviseturismi kui turismisuuna arendamine, terviseturismi konkurentsivõime ja pakutavate teenuste tuntuse suurendamine nii Eestis kui välisriikides. (Terviseturismi klaster... 2014)

Klastri strateegilised eesmärgid aastatel 2011–2015 on järgmised:

- rahvusvahelise tuntuse ja terviseturistide arvu suurendamine (nii siseturism kui eksport);
- terviseturismitoodete ja -teenuste mitmekesistamine ja kvaliteedi parandamine;
- terviseturismi töötajate professionaalsuse suurendamine;
- terviseturismi ettevõtete positsioneerimine ning arvamusliidri rolli saavutamine Eesti tervishoiusüsteemis;
- terviseturismi ettevõtete efektiivsuse suurendamine säästva arengu kaudu.

Klastri eesmärkide saavutamiseks vajalike tegevuste määratlemiseks ning nende rakendamiseks on klastri liikmetest moodustatud neli töögruppi: säästev areng, personali koolitusvajadus, tootearendus ravisuunal ning tootearendus turundussuunal. (Samas 2014)

Eesti spaatraditsioonid ulatuvad 1820. aastasse, mistõttu kutsutakse Eestit ka terviseriigiks, kuna riigil on 200 aastat spaatraditsioone. Kuurortide teket Eestis soodustasid siinsed heade raviomadustega mudalademed ja kohalike arstide huvi tervisemuda ning ravisupluse rakendamise võimaluse vastu ravipraktikas. 2008. aastal loodi lõplikult ravispaade kvalifikatsioonisüsteem ning esimesed asutused said ravispaatunnustuse. Spaahotellide kategooriad ja järkude andmise kord töötati välja selleks, et teadvustada klientidele erinevate spaade poolt pakutavate teenuste olemust ning tagada teenuste vastavus kehtestatud kvaliteedistandardite kohaselt. (Terviseriik... 2014)

Tänapäeval ei pea vaid külastama spaad, et oma tervise eest hoolt kanda, kuigi seal aitavad inimest professionaalid. Eesti riik püüab iga aastaga tõsta inimeste teadlikkust

oma tervisesse ja tervislikku eluviisi. Spaa külastamine on üks valik, kus inimene saab oma tervist parandada, samas saab ka inimene ise oma tervist hoida, tehes regulaarselt füüsilisi harjutusi. 2014. aastal tähistatakse Eestis liikumisaastat, mille eesmärk on tõsta teadlikkust liikumise olulisusest ning seeläbi suurendada liikumisharrastusega tegelejate osakaalu Eesti elanikkonnas. Liikumisaasta 2014 on Kultuuriministeeriumi teema-aasta projekt, mille viib ellu Eesti Olümpiakomitee. Hüüdlausega „Terve Eesti eest“ on liikumisaasta seadnud eesmärgiks suurendada liikumisharrastusega tegelejate osakaalu. (Liigume... 2014)

Terviseturism kui üks turismi alavorme on pidevas arenemises. Iga aastaga panustatakse aina rohkem elanike tervisele ning terviseturismi arendamisele. Eesti raviturism, kui uus terviseturismi alavorme on võtnud järjest laiemaid mõõtmeid ning üha enam väliskülalisi planeerib spetsiaalselt meditsiinilistel eesmärkidel oma reisi Eestisse. Terviseturismi puhul on turistide peamiseks reisieesmärgiks tervise säilitamine või parandamine.

1.2 Spaade liigitamine, spaatooted ja -teenused

Vett on aegade algusest saati seostatud meditsiini, maagia ja religiooniga. Vannide võtmist ning tervise parandamist läbi vee, eriti mineraalvee on üks vanimaid teadaolevaid ravimise protseduure ja tänapäevase spaa alustalasid. Nii mitmestki vanaaja tsivilisatsioonist on leitud kirjutisi, kus ülistatakse vee ravivaid omadusi, näiteks Egiptuses, Kreekas, Babülooonias ja Hiinas. (Crebbin-Bailey, Harcup, Harrington 2005: 1906)

Rahvusvaheline Spaaliit (*International Spa Association*, edaspidi ISPA, 2014) defineerib spaasid kui asutusi, mis pakuvad mitmesuguseid inimese heaolu suurendavaid ja hinge, vaimu ja keha kosutavaid professionaalseid teenuseid.

ISPA määratleb spaasid üldiselt heaolu pakkuvateks asutusteks läbi erinevate professionaalsete teenuste, keha ja vaimu parandamiseks. Vastavalt sellele, millised on puhkuse eesmärgid, milliseid teenuseid ja kogemusi inimesed otsivad, valivad nad endale sobiva spaa. ISPA (2014) liigitab spaad seitsmeks kategooriaks: klubispaa (*club spa*); päevaspaa (*day spa*); sihtkohaspaa (*destination spa*); ravispaa (*medical spa*);

mineraalvee spaa (*mineral springs spa*); kuurortspaa (*resort spa*); kruiisilaevaspaa (*cruise ship spa*). Klubispaa põhieesmärk on julgustada inimesi rohkem hoolitsema oma tervise eest ning panema suuremat rõhku oma füüsilise heaolu peale. Päevaspaa pakub teenust igapäevaselt ning on mõeldud päevasel ajal külastamiseks, seda kasutavad enamasti kohalikud elanikud, sealhulgas kontoriinimesed, kes soovivad lõunapausil panustada enda heaolule. Sihtkohaspaa tegutseb kuurortides ja nende üheks eesmärgiks on propageerida klientidele tervislikke eluviise. Ravispaas pakuvad teenuseid litsentseeritud arstid, kus peamine eesmärk on pakkuda raviteenuseid heaolu keskkonnas, ühendades spaateenuseid raviga. Mineraalveespaa pakub looduslikke mineraalvee protseduure või vesiravi mereveega. Kuurortspaa asub enamasti mõnes looduslikult kauni piirkonnaga hotellis, kus peatutakse pikemalt kui üks öö. Seal pakutakse spaateenuseid, teraapiaid ja heaoluprogramme. Kruiisilaevadel pakutakse luksuslikke spaateenuseid, et muuta inimeste puhkus veelgi meeldivamaks. Brown (2013) on lisanud eeltoodud nimekirja ka lennujaama spaa (*airport spa*), mis asub lennujaamas ja pakub protseduure, mis ei kesta tavaliselt üle poole tunni, näiteks veerandtunnist massaaži.

Peale ISPA on olemas veel *European Spa Association* (edaspidi töös ESPA), kuhu kuulub üle 1200 spaa ja kuurordi, mis tegelevad tervise parandamise ja raviga peale spaateenuste pakkumist. Need spaad moodustavad võimsa majandusliku üksuse märkimisväärse kasumiga oma riiki. Spaad, kes soovivad assotsiatsiooniga ühineda, peavad näitama üles huvi teha tihedalt koostööd ning aitama ka teisi spaasid. ESPA eesmärk on edendada spaakultuuri Euroopas ja et võimalikult paljudel teenustel oleks kasutatud looduslikke vahendeid. (ESPA, 2014)

Spa Finder (2014) on omakorda toonud välja spaa liigid, mida ISPA ega Brown ei ole oma raportites välja toonud. Nendeks on *connoisseur spa* ehk väga kõrgtasemel kvaliteediga spaa, mis pakub luksuslikke hoolitsusi, head sööki ning personal on väga kvalifitseeritud. Peale selle on *dental spa* ehk hambaravi spaa, seal pakutakse kõrgtasemel hambaravi, mis on kallim ja eksklusiivsem kui hambaravi kliinikutes. Uus spaa liik on ka *mobile spa* ehk mobiilne spaa. See on mõeldud inimestele, kellel ei ole aega spaas käia, mobiili kaudu saab tellida endale professionaali, kes sooritab kliendi valitud protseduuri tulles kliendi juurde kodus või kontoris. Viimaseks on ära märgitud

spa/wellness living real estate ehk oma kinnisvaras asuv spaa. See on väike spaa, mis on ehitatud kliendile koju. Kuna spaaettevõtlus areneb väga kiiresti, võib oletada, et uusi spaaliike on ka juurde tekkimas, et võimaldada inimestele veelgi meeldejäävamaid kogemusi ning uuendusi antud valdkonnas.

Eesti Spaaliit (ESPAL 2014), kus on 19 liiget, on jaotanud spaad kolme kategooriasse. Esimeseks kategooriaks on ravispaahotell (*medical spa hotel*). Ravi- ja heaoluspaahotell on kõrgema järgu hotell, kus pakutakse nii ravi- kui ka heaoluspaateenuseid. Erinevate spaa hotellide kategooriate kombinatsioon on mõeldav juhul, kui hotell soovib ennast arendada nii kõrgema järgu ravi- kui ka heaolu-spaana. Teine kategooria on spaa- või heaoluspaahotell (*spa/wellness spa hotel*). Spaa- või heaoluspaahotell on tunnustatud hotell, kes pakub vastavalt oma spetsiifikale mitmekesiseid hooldus-, lõõgastus- jt spaateenuseid. Sellistel hotellidel pole vajalik omada tegevusluba haiglavälise arstiabi osutamiseks. Raviteenuseid ei pakuta, spaa teenused on lõõgastavat ja ergutavat laadi (näiteks saun, võimlemine, kehahooldus, jooga, ravimtaimede ja muude toodete kasutamine tervise parendamiseks ning teised alternatiivravi meetodid). Kolmas kategooria on ravi- ja heaoluspaahotell (*medical and spa/wellness spa hotel*). Ravi- ja heaoluspaahotell on kõrgema järgu hotell, kus pakutakse nii ravi- kui ka heaoluspaateenuseid. Erinevate spaa hotellide kategooriate kombinatsioon on mõeldav juhul, kui hotell soovib ennast arendada nii kõrgema järgu ravi- kui ka heaoluspaana. (ESPAL 2014) Jämeda Spaa ei oma ühtegi kategooriat.

Eesti Spaliit jaganud spaateenused nelja kategooriasse (ESPAL 2014):

- raviteenused;
- heaoluteenused;
- iluteenused;
- vaba aja veetmise võimalused.

Raviteenustena on võimalik külastada arsti, teostada taastusravi, kasutada mudavanne ja soolaravi. Heaoluteenusteks on erinevad massaažid, saunad, mullivannid ja basseinid. Iluteenustena pakutakse näo- ja kehahoolitsusi, juuksurit ja kosmeetikut. Vaba aja veetmiseks on võimalik kasutada trenni- ja veesportdivõimalusi.

Euroopas kasutavad inimesed oma vaba aega üha rohkem puhkamisele ja lõõgastumisele, et ennetada haiguseid ja stressi. Samuti prognoositakse, et tänu spaade populaarsusele on üha rohkem teadlikke kliente, kes teavad, mida spaaettevõttest oodata, kuna neil on eelnevalt kogemusi antud valdkonnas. (Smith, Puczlo 2008: 245, 261)

Spaa on mõeldud üldisele tervise korrashoiule ja lõõgastusele, mis hõlmab ka sihtkohta, kui tervendavat faktorit. Spaad asuvad enamasti kohas, kus leidub looduslikke ressursse, mis mõjuvad tervendavalt ning jõudu andvalt. Seoses kiiresti muutuva maailma ja kasvava elutempoga on inimesed hakanud rohkem rõhku pöörama oma tervisele ning ühendanud oma puhkuse tervise parandamisega. Seetõttu on hakanud spaad viimastel aastatel arenema ja tuntust on kogumas reisimine tervise parandamise eesmärgil. Laiemas mõttes heaolu mõiste on seotud ka sellega, et inimene vastutab oma isikliku keskkonnasäästlikkuse eest. Kuna keskkond on osa igapäevaelust, siis inimene peaks hoolitsema oma ökoloogilise jalajälje eest. 1990ndate algul hakkas spaad külastavate inimeste arv kasvama ning paljud tervisekeskused hakkasid kiiresti arenema ning uuenema kohtades, kus kliima polnud niivõrd soe või kus ei leidunud looduslikke tervendavaid maavarasid. Sellest võib järeldada, et inimeste jaoks oli olulisem saada tervendavaid protseduure kui nautida päikest ja merd. (Erfurt-Cooper, Cooper 2009: 33)

Spaa- ja heaoluturismi kõige olulisemaks elemendiks võib pidada vett. Selleks võib olla spaa asukoht (jõe, järve või mere ääres), meeleolu loovad dekoratsioonid (basseinid, purskkaevud) või on vesi üks hoolitsuse osaks. Üha enam rajavad need spaaettevõtted endale basseine, mis ei saa pakkuda loodusliku veekogu kasutamise võimalust. Samuti on saamas trendiks see, et need basseinid üritatakse teha võimalikult loodusliku välimusega, näiteks on neil kividest laotud ääred ja põhi (Samas: 12). Samas on tänapäeval menukaks muutunud ka raviva toimega vee transportimine. Näiteks Estonia Ravispaas asub Surnumere veega bassein, kus inimesed saavad end ravimas käia. Surnumerd kutsutakse maailma suurimaks spaaks. Surnumeresoola kasulikud omadused on haiguseid ennetavad, nahka noorendavate ja immuunsüsteemi parandava toimega. (Estonia Ravisspaa... 2014)

Turismiettevõtluse kui ka spaaettevõtluse arengut mõjutavad mitmesugused tegurid, sealhulgas spaatoodete ja -teenuste nõudlus. Potentsiaalsed külastajad valivad esmalt

sihtkoha, kuhu reisida ning alles seejärel valivad nad teenused, mida valitud sihtkohas kasutada. Just sel põhjusel ei konkureeri omavahel ettevõtted, vaid ka erinevad sihtkohad. (Keller 2000: 31)

Turismiteenused peaksid olema unikaalsed ja meeldejäädavad kogemused turistide jaoks, kes kogevad mitmeid teenuseid erinevate pakkujate poolt kogu reisi vältel. Seega on kogetud teenuste kogum võrdeline turisti tervikkogemuse loomisega. Iga teenuseketi element täidab turisti erinevaid vajadusi, nagu näiteks transport, toitlustus, majutus, meelelahutus ja puhkus. Et klient oleks rahul ja saaks meeldejääva kogemuse, võiksid nende ootused vastata tegelikult kogetud teenustele. Iga ebaõnnestunud teenuste kogemus kogu teenuste ahelas võib tähendada, et klient ei tule samasse sihtkohta enam kunagi tagasi. (Hsu *et al.* 2008: 17)

Turismitoode hõlmab kogu reisikogemust, mis algab kodust lahkumisega kuni koju tagasi jõudmisega. See on individuaalne kogemus, mulje ning elamused, mida inimene sihtkohas kogeb. Turismitoode on midagi, mida ei saa ladustada ega hoiustada ning see on valmistatud ette kindlale kliendile kindlal ajal. (Sustainable Tourism... 2012)

Peamiseks tuluallikaks spaas on teenused, aga ka teenuste pakettid ehk spaatooted. Viimastel aastatel on kasvanud ka kosmeetikumide müük ja sellest on saanud oluline osa spaade tulust. Trendid näitavad, et inimesed ostavad eelkõige selliseid kosmeetikume, mis on naturaalsed ning toodetud loodussõbralikult ja keskkonnasäästlikult. (Cohen, Bodeker 2008: 222)

Kui võrrelda omavahel klassikalist puhkust rannas ja terviseturismi, siis viimane on segu kus inimene puhkab nii füüsiliselt, vaimselt kui ka hingeliselt. Kuigi mõlemas puhkuse viisiks võivad olla samad tegurid. Terviseturismi toodete ja -teenuste eesmärgiks on säilitada, tugevdada ja taastada inimese heaolu. Ettevõtted arendavad teenuseid ja tooteid, näiteks võetakse kasutusele eksootilisi ravimise vorme ja uut tehnikat, et pakkuda klientidele parimat hoolitsust. Sellised arendused tõstavad ka hindasid, mis paneb inimesi rohkem valima ja mõtlema erinevate sihtkohtade ja ettevõtete vahel. (Boga, Weiermair 2011: 2–3) Esmalt peab inimesel tekkima soov või vajadus puhkuse järele, alles siis ta hakkab valima endale kas sihtkohta või konkreetset ettevõtet.

Selleks, et pakkuda klientide ootustele ja vajadustele vastavat teenust, tuleb neid mõista. Tänapäeva klient soovib aega maha võtta, lihtsustada enda eluviise ja tunda end osana keskkonnast. Spaa kogemus aitab neil saavutada seda juhul, kui tegemist on spaaga, mis on klientidele orienteeritud. ISPA (2014) on välja toonud, et spaakliendid võib jagada kolme rühma. On väike osa neid inimesi, kes usuvad et spaa külastamine on lahutamatu osa tervise heaolu nimel, mis aitab parandada füüsilist, vaimset ja emotsionaalset heaolu. Paljud inimesed külastavad regulaarselt spaasid, kasutades heaoluteenuseid nagu massaaž, pediküür ja maniküür. Kõige suurem hulk spaakülastajaid soovivad põgeneda oma igapäevaelust ja lihtsalt mõnuleda, ilma pikaajalise perspektiivita oma tervisele ja heaolule. On ka selliseid inimesi, kes näevad spaa külastamist kui ajaraiskamist, ning usuvad et spaakogemus ei anna neile midagi juurde ning nende jaoks on see raha raiskamine. (Sachs, Sachs 2007: 381)

Motivatsiooni, miks inimesed soovivad minna reisile on turismialases kirjanduses põhjalikult käsitletud. Uuritud on näiteks seda, kuidas mõjutavad reisi planeerimist erinevad motivaatorid ning inimeste tegelikud võimalused reisimiseks, kuidas nad on omavahel seotud et rahuldada inimeste vajadused ja soovid. Igal inimesel võivad olla erinevad motiivid ja eelistused nii sihtkoha valimiseks, ettevõtte kui puhkuse eesmärgi valimisel. (Andreu *et al.* 2005)

Puhkuse viisi valiku mõjurid on mitmesugused tõuke- ja tõmbetegureid. Tõuketeguriteks on need, mis inimest ajendavad kodust ära minema reisile, põgeneda igapäevaelust ning olla tööst eemal. Tõuketegurite aeglustajaks on vähesed ressursid, raske ligipääs sihtkohale või keelelised barjäärid. Tõmbeteguriteks on näiteks kultuur, kliima ja reklaam. Reisil saadavaid kogemusi mõjutavad teadmised, mälestused, inimese taju, emotsioonid ja identiteet. Kui sihtkoht ja ettevõtte jätavad inimestele head emotsioonid ja mälestused, on suur tõenäosus, et inimesed külastavad kunagi sama kohta uuesti. (Morgan *et al.* 2012: 12–21)

Kliendi rahulolu on määratletud kui positiivset emotsionaalset seisundit, millele on lisandud veel midagi kliendi ootust ületavat. Pakkudes tooteid või teenuseid mis valmistavad kliendile rõõmu, peab ettevõtte endast andma maksimumi ja võtma miinimumi oma ressurssidest. (Rust, Oliver 2000)

Spaad jälgivad turul toimuvat ja soovivad pakkuda teenuseid, mis eristuvad. Leida võib spaasid seiklusjanulistele inimestele, lastespaasid ja isegi lemmikloomade spaasid. Tänu uutele spaavormidele saavad ettevõtted laiendada oma sihtrühmade valikut. (O`Fallon, Rutherford 2011: 47–48)

Tähtis on ka faktor, kuidas eristuda teistest spaadest oma toodete ja -teenuste valiku poolest ning kuidas pakkuda neid nii, et klient peaks seda ainulaadseks. Ettevõttel on võimalik muuta kliendi kogemus selliseks, et klient teistes ettevõtetes midagi sarnast ei kogeks. Seega peavad spaad olema pidevas muutumises, et pakkuda kliendile pidevalt midagi uut ja positiivselt üllatavat. Tähtis on ka see, et spaa kasutaks ära oma asukohast tulenevaid eeliseid. Näiteks kui ettevõtte asub maapiirkonnas, siis tuleks reklaamida vaikust ja rahu ja pakutavaid teenuseid, kus on kasutusele võetud looduslikud ressursid, või näiteks kui ettevõtte asub kesklinnas, siis tuleks pakkuda seda neile, kes otsivad linnapuhkust. Igal spaal tuleb otsida oma asukohas midagi erilist, mida eksponeerida ning mille abil oma teenuseid müüa. (McNeil *et al.* 2005: 31, 35)

Samas on väga olulised ka nähtamatud tegurid turismitoodete- ja teenuste arendamisel. On väga oluline, et oleks panustatud spaa väljanägemisele ja et oleks tehtud kõik mis vähegi võimalik, et klientidel oleks mugav seal viibida. Sisekujundus peaks tekitama inimestes tunde, nagu nad oleksid rohkem kodus kui kusagil ametlikus asutuses. Inimestel peab olema spaas kerge ringi liikuda. Ooteruum ei tohiks asuda väga kaugel alast, kus protseduurid toimuvad ning valgus võiks olla mitte väga hele, vaid reguleeritav. Interjööri peaks olema nii looduslähedane kui võimalik. Plussiks tuleb ka see, kui on kasutaud palju looduslikke materjale. Muusika võiks mängida vaikselt ja muusika eelistused on vaikselt meloodiad ja rahustavad helid, mitte raadiost tulev muusika. (Spa Design...)

Peatüki kokkuvõtteks võib öelda, et kiire elutempoga maailmas on hakanud inimesed rohkem rõhku panema oma tervise parandamisele, haiguste ennetamisele ja stressi vältimisele. Seoses oma tervise parandamisega on üha rohkem hakanud inimesed külastama spaasid, mida leidub tänapäeval igas vanuses inimestele ja vastavalt inimeste soovidele. Külastajad on teadlikumad ja teavad mida spaaettevõttelt oodata. See on omakorda pannud spaaettevõtteid mõtlema sellele, kuidas olla järjest leidlikumad, et erineda teistest spaa ettevõtetest ja pakkuda positiivseid külastuselamusi.

1.3. Spaatoodete ja -teenuste arendamine maapiirkonnas

Pole vahet kas spaa asub maal või merel, linnas või maapiirkonnas, neil on siiski kõigil üks eesmärk mida täita. Sihiks on see, et inimesed tunneks end nii hästi kui võimalik ja et sel hetkel oleks see nende elu parim hetk. (Lazarus 2000: 15)

Praeguses globaliseeruvast maailmast ei tähenda turism mitte ainult uusi nõudmisi, vaid loob ka uusi võimalusi. Uued sihtkohad kuhu reisida, uusi kultuure mida tundma õppida, uusi turismitooteid mida tarbida ja kogeda. (George *et al.* 2009: 5) Maapiirkonnast on saanud paljudele nii öelda uus sihtkoht, kuhu reisida ning seal pakutavad tooted ja teenused on uudsed ja huvitavad.

Polucha jt rõhutavad (2009: 107), et maapiirkondades turismi arendamisel on oluline pakkuda teenuseid ühtse paketina, mis sisaldab majutust, toitu ja aktiivseid tegevusi. Konkurentsivõimeliste hindadega majutuskohad, huvitavad loodus-, kultuuri- ja ajaloolised objektid, vaba aja veetmise paigad, laste mänguväljakud ning kohalik käsitöö või talutoodang – need on näited võimalustest, mida maapiirkond võib pakkuda turistile meeldiva elamuse saamiseks. Suurema valiku arendamiseks vajavad kohalikud ettevõtjad pädevaid teadmisi teeninduskultuurist, majutuse ettevalmistamisest, raamatupidamisest ning oskama võõrkeeli. Siit tulenevalt võib väita, et loodusturismis mängib kohalik elukeskkond väga olulist rolli turismitoodete ja -teenuste pakumisel.

Tänapäeval on spaadele väga tähtsaks saanud keskkonnasäästlikus. Spaad hakkavad aina rohkem huvi tundma ökoloogiliselt teadlikust tarbijast, kes näiteks eelistavad orgaanilisi nahahooldustooteid ja erinevaid teenuseid, mis on tehtud looduslike ressurssidega. Samas peaksid spaaettevõtted eelnevalt tegema uurimistööd, milliseid looduslike teenuseid nad saavad pakkuda, mis ressursid asuvad spaale kõige lähemal ja mida saaks kasutada samas loodust kahjustamata. (D'Angelo 2009: 42–43) Need küsimused on väga aktuaalsed ka maapiirkonnas.

Turism sõltub maapiirkonnas pakutavatest teenustest, kohalikust kultuurist, pärandist, aktiivsetest tegevustest ja kohalikust kogukonnast. Võib väita, et hästi planeeritud turism on majanduslikult kasulik tervele maakogukonnale. Turismisektoris

domineerivad väikesed ettevõtted, mis on maaturismile iseloomulik. (Hall *et al.* 2006: 20)

Maaturism on Eestis 90-ndatel aastatel kiire arengu läbinud tegevusala, milles leiavad rakendust nii üksikisikud (nt matkajuhid), väiketalud (nt kodumajutus) kui väikese- ja keskmise suurusega ettevõtted (laagrid, külalistemajad, motellid). Maaturismil on leviala üle kogu Eesti. Eriti sobib see looduskaunitesse piirkondadesse, sealhulgas ääremaadele. (Maaturismi uuring 2013)

Eesti turismist suure osa (umbes 2/3) moodustab maaturism, mis baseerub maapiirkonna ressurssidele ja tugevatele külgedele. Tugevusteks on loodus, privaatsus, omanäolisus, personaalne tähelepanu, vaikus, ehedus ja muud sellised omadused. Maapiirkonnas asuvad ettevõtted on personaalsemad, saavutavad parema kontakti klientidega, kui seda teevad linnas asuvad ettevõtted. Linnas asuvaid ettevõtteid külastab rohkem kliente, see on peamine põhjus, miks ei jõuta klientidega tegeleda personaalselt. Maaturismi juurde kuuluvad märksõnad „ehe“ ja „öko“ on midagi sellist, millele linnaturismi ettevõtted ei saa pakkuda otsest alternatiivi. Lisaks annab maal puhkajale eelise see, et nad saavad osaleda ise kogu protsessis, näiteks toidutegemises, sauna kütmisses, looduse saladuste avastamisel ja toodete valimisel. (Maaturismiettevõtjate olukord ja... 2010: 11, 16)

Maaturismi iseloomulikud jooned on välja toodud läbi järgmiste näitajate (Maaturismi uuring 2013: 27–28):

- maapiirkonnale omane keskkond, ajalugu ja hõre asustus;
- vahetu kontakt looduskeskkonna ja kultuuripärandiga;
- toimub vähem arenenud infrastruktuuriga piirkondades;
- tavaliselt väikesemahuline ettevõtlus, tihti pereettevõtted;
- ettevõtluse kasv on tavaliselt mõõdukas;
- iseloomult traditsiooniline, ehe, omapärane, seotud kohalike elanike igapäevase elu ja tegevusega;
- baseerub kohalikel ressurssidel, toimub sageli ettevõtetes, mis on kohalike elanike ühisomanduses või ühistegevuseks organiseerunud;
- väikesemahuline nii teenindava kui teenindatava inimkoosluse ja ehitiste suuruse poolest;

- turismialane tegevus „toidab“ teisi kohalikke majandustegevusi (põllumajandus, suveniiritööstus jms), tihti on turism ettevõtte kõrval tegevusala;
- turismiettevõtjad elavad ja töötavad maapiirkonnas;
- suhted külastajatega on vahetud ja suhteliselt personaalsed, personaalne lähenemisviis teeninduses;
- laialt levinud nn amatöörettevõtlus, sest alati pole inimestel piisavalt kogemusi ja vastavaid teadmisi/oskusi;
- järgib säästva arengu printsiipe.

Eesti Maaturismi Arengukava toob välja trendid aastateks 2010–2014. Neid trende peetakse väliskeskkonnast tulenevate pikaajaliste muutuse mõju turismisektorile. Siinkohal toob töö autor välja olulisemad trendid, mis mõjutavad spaatoodete arendamist maapiirkonnas (Eesti maaturismi arengukava... 2009: 4–5):

- kasvamas on nõudlus terviseturismi toodete järele, kuna vananev elanikkond suurendab tähelepanu tervisele;
- individuaalturism, kuna pakettreiside vastu on hakanud huvi vähenema;
- turvalisuse ja tervisega seotud küsimused;
- nõudlus kõrge kvaliteedi järele, kuna reisijad on üha rohkem kogenenud;
- suureneb nõudlus ka vaimsete ehk spirituaalsete turismitoodete järele, mis põhinevad sisemise elamuse järele. Seda on võimalik kombineerida tervise- ja spaatoodetega;
- keskkonnateadlikkuse kasv suurendab nõudlust ökoturismi ja loodusturismi toodete järele üldisemalt;
- noorte segmendid otsivad enam aktiivse puhkuse tooteid ja seiklusi.

Maapiirkonna turismitoote arendamisel tuleb lähtuda turismitrendidest. Ettevõtjal tuleb end pidevalt kurssi viia muutustega, mis toimuvad ühiskonnas ja turismituru suundumustega ning lakkamatult koguda informatsiooni oma praeguste ja potentsiaalsete külaliste vajaduste kohta. Väikesel maaturismiettevõttel pole otstarbekas osutada kõiki teenuseid. Tervisepuhkus maapiirkonnas asuvas ettevõttes on alternatiiv maaturismis, sest paljud inimesed on tüdinanud puhkustest suurtes kuurortides. Heaoluteenuseid otsivad kliendid soovivad puhata kaunis, saastamata keskkonnas, süüa tervislikku kohaliku toorainest valmistatud toitu ja viibida värskes õhus.

Tervisepuhkajad on huvitatud ravimtaimedest, rahvameditsiinist ning tervislike eluviiside õppimisest. (Ardel 2004: 109, 120–121)

Ka maapiirkonnas asuvat ettevõtet külastavad inimesed ootavad head teenindust ja tasemel teenuseid. Väikese mahu tõttu on turismiettevõtte positiivseks võimaluseks personaalne lähenemine igale kliendile. Kõik maaturismiettevõtte kliendid soovivad, et neid koheldakse kui oodatud külalisi. Seega on väga oluline, et ettevõtte küsiks ka tagasisidet oma klientidelt, ning negatiivse tagasiside korral prooviks teenust arendada, sest kriitilised märkused on õpetlikud. Positiivseid asju saab samamoodi jätkata ning negatiivseid aspekte oleks vaja muuta. (Samas 2004: 130, 153)

Spaa klientide rahulolu saavutamiseks soovitab Burkholder (2007: 58) järgida järgmisi aspekte:

- luua kõrged standardid;
- kaaluda eeliseid ja puuduseid, et säilitada kliendisuhe, kui on esitatud kaebus;
- kui klient on rahulolematu, siis tuleb ettevõttel kiiresti tegutseda, et probleemi lahendada;
- ületada klientide ootuseid;
- ettevõttel tuleb püüda luua ja juhtida klientide ootuseid;
- ettevõttel tuleb kujundada oma spaatooteid nii, et need suurendaksid klientide rahulolu.

Maapiirkonnas asuvad enamasti spaad, mis pakuvad teenuseid, mis on tihedalt loodusega seotud. Ökospaadeks kutsutakse rajatisi, mis pakuvad ökoloogiliselt jätkusuutlikku keskkonda ja nende teostus pakub keskkonnasõbralikke lahendusi. Ökospaa idee võib seisneda selles, et klientidel on võimalik nautida looduslähedust esivanemate traditsiooniliste tarkuste põhjal. Ökospaades pakutakse looduslikke ja orgaanilisi sööke, milles ei leidu keemiat. Spaa teenustes kasutatakse orgaanilisi ja looduslikke tekstiile ning alternatiivenergiat kasutamist. Spaa on kasutusele võtnud ja ringlusesse laskmise programmid ja saasteainete vähendamise praktika. (Todd 2012: 209)

Kohtades, kus esineb mõnulemist ja luksust, võib esineda ka loodusressursside raiskamist ja liigset energiakulu. Kuid see ei pruugi alati nii olla. Loodussõbralikud

spaad on olemas olnud juba pikka aega, kuid rohelise mõtteviisi propageerimine on need spaad veelgi tähelepanuväärsemaks muutnud. Spaad hakkavad rohkem teadvustama endale rohelist mõtteviisi, ning kliendid hakkavad rohkem tähelepanu pöörama looduse säästmisele. Spaad on tagasihoidliku väljanägemisega, kus asuvad loodussõbralikud hooned ja haljastus koosneb põlistest taimedest. Toit ja spaateenused on tavaliselt orgaanilised (sageli pakutakse ainult taimetoitu). Tegevustest leiab aktiivseid välisportimis võimalusi, näiteks jooksmine, jalgrattasõit ja ujumine. (Mansvelt 2011: 399)

Eestis on mitmeid Maaturismi liikmesettevõtteid, mis pakuvad spaateenuseid maapiirkonnas (Eesti maaturism 2014). Nendeks on Hiiumaal Lõokese hotell; Saaremaal hotell Saaremaa Thalasso Spa ning Loode turismitalu; Muhu saarel Pädaste mõis; Matsalu rahvuspargis Algallika keskus; Pärnumaal Maria talu; Tartumaal loodusravikeskus LoodusBioSpa; Põlvamaal Cantervilla loss, Värska sanatoorium; Otepääl Bernard spaa ja Pühajärve spaa; Lääne-Virumaal Jäneda Spaa, Laululinnu puhke maja ja Vihula mõis; Ida-Virumaal Mäetaguse mõisahotell, Saka mõis ja Toila Sanatoorium. Lisas 2 on tabelina välja toodud nendes asutustes pakutavad teenused.

Maaturismis on põhi- ehk peatooteks enamasti majutus koos toitlustusega ning tegevuste ja elamuste korraldamine. Turist ei tule sihtkohta ainult selleks, et seal süüa või magada. Tavaliselt soovib külastaja midagi, mis teda argipäevast välja tooks ja laadida aitaks: kogeda midagi põnevat ja meeliköitvat, avastada midagi uut või taas leida unustatud vana. Kliendile on oluline soe vastuvõtt, maalähedased ehitised ja tervislik värske maatoit. (Ardel 2004: 55)

Eestis pakub ökospaa teenuseid Energia Talu. Heaolu teenused baseeruvad seal kohalikul- ja sajanditevanusel Eesti ravimtaimede kasutamine traditsioonil. Kõik kasutatav on looduslik ja värske ning valmistatakse vahetult enne hooldust. Näiteks tervise jook angervaksaga, rabaturbaga kehahoolitsus ja erinevad ürdivihad. (Energia Talu koduleht 2014) Viimastel aastatel on maapiirkonnad palju arenenud, et pakkuda puhkajatele oma teenuseid ja tooteid. Kuna selline kontseptsioon on küllaltki uus ja alles avastamisfaasis, siis on see inimestele huvi pakkuv ja tõusev trend.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et tänapäeva maailmas on inimestel palju erinevaid valikuid spaade valimisel, alustades asukohast ja hinnatasemest ja lõpetades erinevate toodete ja teenuste valikuga. Diplomand keskendub maapiirkonnas asuvatele spaadele, nende eelistele, võimalustele ja teenuste arendamisele. Väikeste ettevõtete puhul on oluline ka koostöö kohaliku omavalitsusega ja kohalike kaupmeestega. Trendid näitavad, et inimestel suureneb huvi maapiirkonnas puhkamise suhtes. Viimastel aastatel on maapiirkonnad palju arenenud. et pakkuda puhkajatele oma teenuseid ja tooteid, sealhulgas spaateenuseid. Eestil on maalähedase terviseturismi arendamiseks olemas suur potentsiaal ja mitmekesised ressursid, sealhulgas loodusvarad (nt ravimuda, mineraalvesi), kohalikud ja puhtad põllumajandussaadused, tervislik toit ja palju muud. Lisaks mitmekesistele ravidele, hoolitsustele, lõõgastavatele ja tervislikele tegevustele kasvab nõudlus terviseuuringute, tervisliku eluviisi ja toitumise kursuste, personaalse nõustamise teenuse jms järele. Samuti võtab Eesti raviturism järjest laiemaid mõõtmeid ning üha enam väliskülalisi planeerib spetsiaalselt meditsiinilistel eesmärkidel oma reisi Eestisse.

2. JÄNEDA MÕISA LÕÕGASTUSKESKUS-SPA SPAATEENUSTE UURING

2.1 Jäneda Spaa üldiseloomustus

Jäneda Mõisa Lõõgastuskeskus-SPA ehk Jäneda Spaa asub Lääne-Virumaal, Tapa vallas. Eelmisel sajandil tegutses selles hoones Põhja-Eesti Põllutöökeskkool ehk Jäneda Tehnikum. Viimane lend lõpetas seal 2000. aastal. Paar aastat seisis maja tühjal, siis rajati sinna Jäneda Külalistemaja. Alates 2008 aastast tegutseb seal ka Jäneda Spaa, mis asub hoone keldrikorrusel. Jäneda Spaa kandideeris 2008. aastal Lääne-Virumaa parimaks uueks turismiobjektiks, selle konkurssi võitis Aqva Hotel ja Spa, mis asub Rakveres.

Jäneda Spaa asub Jäneda Mõisa Turismikeskuse kompleksis, kuhu kuulub veel Musta Täku Tall, mis mahutab kuni 300 inimest ning külalistemaja, mis mahutab kuni 200 inimest. Seal on ka konverentsikeskus, kus on mitmeid võimalusi pidada erinevate suurustega gruppidele konverentse. Musta Täku Tallis toimuvad igakuised simmanid, mis meelitavad külalisi üle Eesti. Suvel ja sügisel toimuvad seal laadad, mis on väga populaarsed ja kus alati käib palju inimesi.

Järgnevalt toob diplomand välja erinevad teenused, mida pakutakse Jäneda Spaas (Jäneda Mõisa Turismikeskuse koduleht 2014): pärlivann; Cleopatra piimavann; massaaživann ürtidega; fango kehahooldus; šokolaadi kehahooldus; iluparafiin kätele ja jalgadele; kivimassaaživoodi; MedyJet vesimassaaživoodi; veinivann; soolakoobas; solaarium; seljavenituspink; infrapunasaun; soolasaun; soolakoobas; privaatosaun mullivanniga; saunamaailm (leisaun, aurusaun, bassin); leisaun terrassiga. Lisas 3 on välja toodud teenuste lühitutvustus.

Ettevõttel on ka kolm spaatoodet ehk paketti, mis sisaldavad erinevaid teenuseid. Esimene pakett on „Talvepakett“, mis sisaldab majutust, õhtusööki Musta Täku Tallis (asub spaast 300 meetri kaugusel), suuskade laenutust kaheks tunniks ja sauna kaheks tunniks, ettevõtte kodulehel ei ole märgitud, mis tüüpi saunaga on tegu. Teise paketi nimi on „Koos on hea“, kus majutust pakutakse saunaga sviidis, toas on saabumisel ootamas vahuvein ja puuviljad. Hommikusöögi aega saab klient ise määrata, ning kahekäiguline õhtusöök Musta Täku Tallis, spaavalikus on kahele inimesele Cleopatra piimavann ja kliendi valikus kas kivi- või vesimassaaživoodi. Viimkase paketi nimi on „Hooli endast“, mis koosneb majutusest kahekohalises toas, kahekäigulist õhtusööki Musta Täku Tallis, soolakoopa kasutamist, ning kaks protseduuri valikust: pärlivann, Cleopatra piimavann, ürdivann, iluparafiin kätele või jalgadele, kivimassaaživoodi või MedyJet vesimassaaživoodi. Kõik paketid on mõeldud kahele inimesele.

Jäneda Spaad ei saa ühegi spaa liigi alla nimetada, kuna Jäneda Spaa on Jäneda Mõisa Turismiskeskuse üks osa, mis pakub spaateenuseid. Spaad ei saa ka ühegi Eesti Spaaliidu poolt välja töötatud spaakategooria alla liigitada. Spaa on üks mõisa osa, mis pakub külalistemaja külalistele meeldivat vabaajaveetmise võimalust, samuti ka klientidele, kes ei otsi ööbimisvõimalust, vaid tulevadki kohalepeale ainult spaateenuseid nautima.

2.2 Uuringu kirjeldus

Arenemas on suund, kus spaatooteid ja teenused pakuvad maapiirkonnas asuvad ettevõtted. Tänapäeva inimesed pigem soovivad põgeneda argipäeva melust ja otsivad kohta, kus nad saaksid lõõgastuda ja unustada igapäeva mured. Eestis pakuvad sellist võimalust paljud suuremad hotellid ja spaad, samas samu teenuseid pakuvad ettevõtteid maapiirkonnas on veel vähe.

Uuringumeetodina kasutati ankeetküsitlust (vt lisa 1), kuna saadud andmeid on omavahel hea võrrelda ja analüüsida. Küsitlus koostati sega meetodil, sest see võimaldas kasutada eri tüüpi küsimusi. Uuringu küsimused jagati põhiliselt kahte gruppi: avatud ja suletud küsimused. Avatud küsimustele sai respondent kirjutada vastuse oma sõnadega, suletud küsimustele tuli vastus leida küsimustiku autori poolt

ette antud valikvastuste hulgast. Avatud küsimuste puhul on vastajatelt võimalik teada saada nende endi mõtteid ja arvamust spaa toodete ja -teenuste arendamise kohta.

Ankeetküsitluse viis töö autor läbi Connect.ee-s. Ankeetküsitlusele vastas 83 inimest, kellele jagati küsimustikud Interneti teel. Valim on moodustatud klientidest, kes on Jäneda Spaa klientide andmebaasis. Ankeetküsitlus saadeti laiale 145 inimesele, neist 83 vastas ankeetküsitlusele ja saatis tagasi. Andmebaasis leidis ka kliente, kes pole Jäneda Spaad külastanud. Spaa klientide andmebaas saadi külalistemajast. Andmebaas on koostatud nii püsiklientidest, kui ka klientidest, kes on ööbinud Jäneda külalistemajas ning nõustunud andma oma e-maili aadressi, et saada uudiskirju spaas toimuvast. Ankeetküsitlused saadeti välja 2013. aasta märtsis ja täiendavalt uutele kliendiandmebaasi lisanduvatele klientidele saadeti ka ankeetküsimustik vastamiseks 2014. aasta märtsis ja aprillis, uuringuperiood kestis 3 kuud.

2.3 Uuringu tulemused

Küsimustikus oli kokku 24 küsimust. Küsimused jagunesid nii avatud ja valikvastustega küsimusteks. Mõningatel valikvastustega küsimustel oli täienduseks avatud küsimused. Avatud küsimuse puhul oli vastajal võimalik ise kirjutada oma aramus. Autor valis kvantitatiivse uurimismeetodi, kuna selle uuringu abil saab ettevõtte kohta objektiivset infot klientidelt ankeetküsitluse abil.

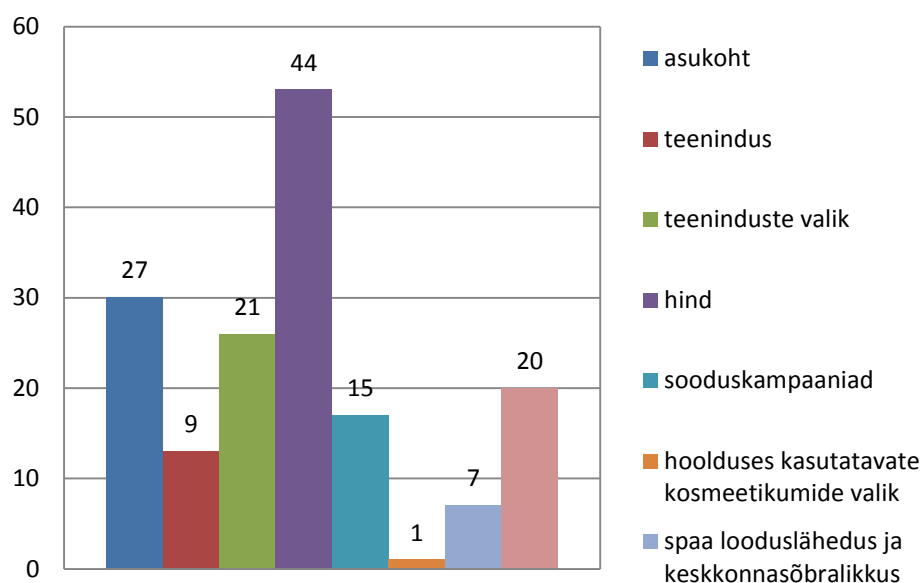
Ankeetküsitluse täitsid 83 inimest. Nendeks oli 53 naist ja 30 meest. Kõige rohkem (51 inimest) olid vanusevahemikus 18–24. Vanusevahemikus 25–49 oli vastajaid 25 inimest. Vanusevahemikus 50–64 oli vastajaid 6 ja üle 65 aasta vanuseid vastajaid oli üks. Seega kõige suurema vanuserühma esindajad jäid vahemikku 18–24 aastased, ning enamik neist olid naised, sellest võib järeldada, et seal käivad pigem naised protseduure saamas. Esindatud ka vanuserühm 25–49, sellest võib järeldada, et need on peredega reisijad, kes on jäänud sinna ka ööbima, ning kasutanud oma külastusel ka spaateenuseid.

Küsimustikust tuleb välja, et 83 inimesest 65 on külastanud mõnda spaad ja 18 inimest pole kordagi külastanud Eestis asuvaid spaasid. Teises küsimuses küsiti, millistes spaades on vastajad käinud, kõige rohkem on käidud Rakvere Aqva Spaas ja Pärnus

Terviseparadiisis, veel on käidud Fra Mare Thalasso Spaas, Georg Otsa Spaas, Estonia Spaas, Meresuus, Mäetaguse Spaas, Dorpat Spaas, Bernhard Spaas, Grand Rose Spa Hotellis ja Laulasmaa Spaas.

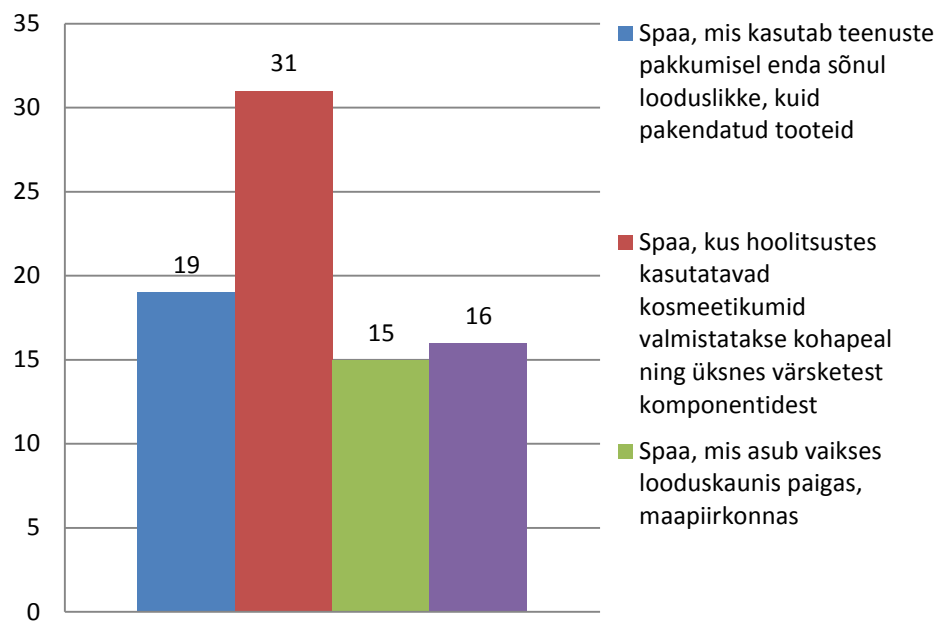
Lähtuvalt eelmisest küsimusest uuriti, mis teenusid inimesed on saanud erinevatest spaadest. Kõige sagedasem vastus oli klassikaline massaaž ja erinevad saunamaailmad. Veel olid protseduuridena ära märgitud meemassaaž, laavakivimassaaž, valgusteraapia, piimavann, elektriravi, maniküür ja pediküür, tervisekapsel, parafinimähis ja aroomivann. Vastatud oli veel ka veekeskuse kasutamine, kuigi see ei ole otseselt spaa teenus. Sellest võib järeldada, et klassikaline massaaž on inimeste lemmik ning seda pakutakse igas spaas. Samas on ka spaades erinevad saunamaailmad, kus inimesed saavad lõõgastuda, kasutades erinevaid saunasid. Loetelus esined ka tervisekapsel, mida just ei pakuta paljude spaades ning ka valgusteraapiat.

Kõige enam mõjutab inimeste otsust spaad valides hind, kuna hinna ja kvaliteedisuhe peaks paigas olema (vt. Joonis 2). Peale selle mõjutab spaa valikut ka asukoht, kuna inimesed ei pruugi teatud spaa pärast väga palju aega raisata sõidu peale ja nad võivad valida kõige lähemal asuva spaa. Märgiti ka ära teenuste valik, kuna inimestele meeldib suur valik ja erinevad protseduurid. Kui spaas on väike teenuste valik, ei pruugi inimesed endale leida meelepäraseid protseduure. Inimesi mõjutab ka spaa valiku tegemisel spaa maine, kui spaad on kiidetud, julgevad inimesed sinna minna ja soovivadki ise ära proovida head teenused. Ning kui nad on spaa kohta kuulnud laitvaid kommentaare, siis pigem soovita sinna minna. Spaad peavad pingutama, et nende maine püsiks hea, kuna halva mainega spaadesse ei soovita minna. Oluliseks peeti ka sooduskampaaniaid, kuna sooduskampaaniad on tavahinnast spaades palju odavamad, siis on inimestel hea spaad külastada, kellel muidu rahaliselt ei ole külastamisvõimalust. Vähem oli ära toodud spaa looduslähedus ja keskkonnasõbralikkus, mis võib tähendada, et inimestele ei pruugi väga korda minna kuidas spaa püüab olla keskkonnateadlik. Eelviimasena oli ära toodud teenindus, ning kõige vähem oluliseks peeti spaa valiku tegemisel hoolduses kasutatavate kosmeetikumide valik.



Joonis 2. Tegurid, mis mõjutavad kliendi otsust spaa valimisel (autori koostatud).

Järgmine küsimus oli, mida inimesed seostavad mõistega loodusspaa, 30 inimest olid sellest kuulnud, ning 53 inimest ei teadnud, mida see mõiste tähendab (vt. Joonis 3). Peale seda küsimust paluti inimestel valida nende jaoks sobiv mõiste, mis iseloomustaks kõige rohkem loodusspaad, valida võis ka mitu vastuse varianti. Kõige enam vastati, et loodusspaa on spaa, kus hoolitsustes kasutatavad kosmeetikumid valmistatakse kohapeal ning üksnes värsketest komponentidest. Peale selle pakuti, et loodusspaa on spaa, mis kasutab teenuste pakkumisel looduslikke kuid pakendatud tooteid. Võrdselt kõige vähem pakuti, et loodusspaa on spaa, mis asub vaikselt looduskais paigas, maapiirkonnas ja spaa, mis oma tegevuses keskendub enim ümbritseva keskkonna hoidmisele. Loodusspaad kui ühtset arusaama ei eksisteeri, iga inimene teadvustab erinevalt, mida tähedab tema jaoks loodusspaa. Kuna kõige enam vastati, et loodusspaa peaks kasutama ainult värsket toorainet, võib järeldada, et inimesed hoolivad endast ja end ümbritsevast keskkonnast, ning soovivad aina loodusslähedasemaid tooteid.



Joonis 3. Mida tähendab inimeste jaoks termin loodusspaa (autori koostatud).

Lähtuvalt eelmisest küsimusest pidi valima, milliseid tooteid inimesed eelistavad spaahoolitsuste tegemisel. Kõige enim eelistavad inimesed looduslikke kosmeetikume, mis on kohapeal värsketest komponentidest valmistatud. Peale selle eelistati tuntud brändide alla kuuluvaid kosmeetikume ja kõige vähem eelistati tundmatu kaubamärgi alla kuuluvaid kosmeetikume. Nagu eelmisest küsimusest, selgub ka sellest, et inimesed eelistavad aina rohkem looduslikke tooteid, mis ei kahjusta inimest ja teda übritsevat keskkonda.

Järngevad küsimused olid ankeedis Jäneda Spaa kohta. Esiteks küsiti, kas inimesed on külastanud Jäneda spaad, 67 inimest on külastanud, 13 inimest ei ole külastanud.

Ankeetküsimustiku vastuste põhjal analüüsiti, kuidas inimesed on rahul Jäneda Spaas asuva atmosfääriga (muusika, värvide kasutus, valgustus, sisekujundus ruumides). Vastusevariandid olid: väga rahul, üldiselt rahul, ei oska öelda, pigem rahulolematu, üldse mitte rahul. Spaateenustega oli üldiselt rahul kõige rohkem inimesi, üldise atmosfääriga olid ka pigem rahul kui rahulolematud. Külalislahkusega oldi pigem rahul, 3 inimest oli üldiselt rahulolematud, samamoodi oli ka töötajate professionaalsusega. Üldiselt rahul oldi veel ooteaja korraldusega, ruumide kujunduse ja

valgustusega, ning muusika ja lõhnadega. Kõige rohkem oldi rahul üldise atmosfääri ning kujundusega, kõige vähem oldi külalislahkusega rahul.

Lähtuvalt eelmisest küsimusest paluti lisada vajaduse korral täiendavaid ettepanekuid. Mõned neist on välja toodud järgnevalt:

- rohkem protseduure;
- oodatakse uudsemaid teenuseid;
- looduslikumad protseduurid;
- suurem protseduuride valik;
- sõbralikumad klienditeenindajad;
- laste protseduurid.

Uuriti, milliseid protseduure külastajad spaast on võtnud. Kõige populaarsemateks osutusid soolakoobas, saunamaailm ja massaaž, esindatud oli ka aurusaun, näohooldus, aroomivann ja piimavann.

Küstiti, kas inimesed tundsid ka mingisest konkreetsest spaateenusest puudust, sellele küsimusele vastati vaid 54 korral, 40 inimest tundsid mingist kindlast protseduurist puudust ja 14 ei tundnud. Lisaküsimusena küsiti neilt kes eelnevale jaatavalt vastasid, millisest protseduurist puudust tunti, nendeks olid tervisekapsel, pediküür, soolasaun, paastukuur, aroomiteraapia, valgusteraapia ja muusikateraapia.

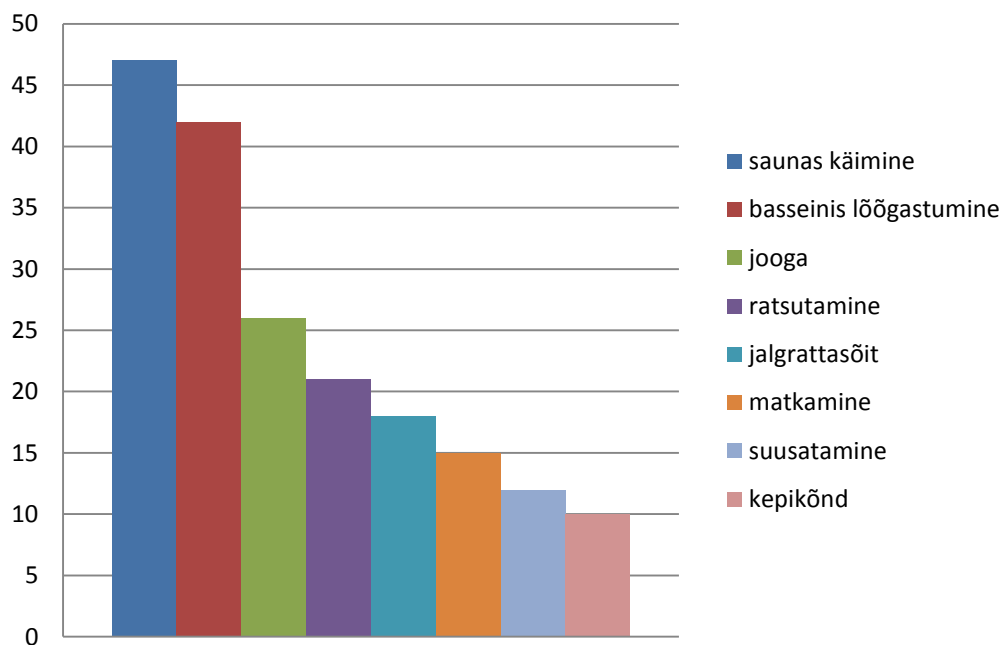
Üheks küsimuseks oli, millised on kõige olulisemad ressursid, mida spaa peaks kasutusele võtma, küsimus oli avatud ja inimesed said ise vastata, mida nad sooviksid. Sooviti ravimuda ja savi, puhast allikavett, ravimtaimeid, eestimaistest taimedest valmistatud kreeme, mähised ja õlisid, kasutama ära ümbritsevat loodust huvitegevuse planeerimiseks, et saunas oleksid naturaalsed vihad, et oleks hea smuutide valik, et sisustuses oleks võimalikult palju ära kasutatud looduslikke materjale.

Järgmisena küsiti, kui Jäneda Spaa pakuks peale spaahoolitsusi mahetoitu, kas klientidel oleks huvi seda proovida, 46 inimest oleksid nõus proovima ja 15 inimest ei sooviks mahetoitu proovida. Avatud küsimusena küsiti, milliseid roogasid inimesed sooviksid proovida, paljud vastasid, et sooviksid proovida kohalike jahimeeste toodangut, sooviti

ka kohalikku toorainet ja erinevaid juurviljasid, huvitavaid maitseid, mida pole enne saanud tunda, värskaid salateid, kala ja püreesuppe. Samuti sooviti ka vastavalt meeleolu ja sisetunde järgi midagi tervislikku valida. Lähtuvalt eelmisest küsimusest küsiti, palju inimesed oleksid nõus selle eest maksma, pakuti kuni 8 eurot portsjoni eest, 5% rohkem tavapärasest hinnast, ning mitte oluliselt rohkem kui tavaliselt menüüs olevate toitade eest, ning kuna mahetoit on alati kallim olnud, siis tavatoidust kuni 5 eurot rohkem.

Küsimustikus paluti inimestel teha märke, millised spaateenused oleksid kõige huvipakkuvad. Kõige rohkem valiti erinevad kehahooldused looduslike toodetega ja näohoolitsused. Peale nende valiti erinevad vannid looduslike ürtidega ja jalgade kalahoolitsus. Kõige vähem huvipakkuvateks pidasid inimesed kaanravi ja külmravi.

Vastajatel paluti märkida, milliseid tegevused oleksid kõige huvipakkuvad (vt. Joomis 4). Kõige populaarsed tegevused olid basseinis lõõgastumine ja saunas käimine. Samuti valiti veel jooga, jalgrattasõit ja ratsutamine. Kõige vähem huvipakkuvateks tegevusteks peeti kepikõndi, suusatamist ja matkamist.



Joonis 4. Klientide jaoks kõige meeldivamad aktiivsed tegevused spaa puhkuse viibides (autori koostatud).

Eelviimasena küsiti, millistest teenustest ja tegevustest koosneks ideaalne maapiirkonna spaatoode ehk pakett, küsimus oli avatud. Vastusteks olid:

- basseinist ja massaažist, ujumisvõimalusest;
- pilatesest või joogast;
- soe tervitus, meeldiv teenindus on väga oluline;
- savi, muda jm protseduurid;
- korralik õhtusöök, lõõgastavad teenused kehale ja vaimule ning aeroobika, vee- ja saunakeskus, keha- ja näohoolitsused,
- võimalus liikuda looduses, tervislikud eined, massaaž, näohoolitsus, õhtusöök;
- üks (maksimaalselt 2) aktiivset tegevust, hea massaaž, mida saaks nautida koos partneriga;
- sauna- ja veekeskuse kasutus ning mingi aktiivsem tegevus, mida igapäevaselt ei teeks, jooga, hea saun (erinevad saunad- nt soolasaun, aurusaun, aroomisaun jne);
- kuna lähedal asub väike observatoorium, sooviti sinna ekskursiooni ja tähetargalt loengut tähtede kohta ning taevakehade mõjust inimesele;
- tegevusi, mida saab koos kaaslasega teha.

Viimase küsimusena paluti soovitada mõni looduslik spaatoode või teenus, mille Jäneda Spaa võiks kasutusele võtta. Pakuti Nurme seepide toodangut, vitamiine täis smuutisid, kuusevõrse mähist, midagi kus kasutatakse kasemahla, hobustega ratsutamise võimalust, joogat vabas looduses, suitsusaun, ürdivann, ööbimine igludes, looduslikud protseduurid, mis toimuvad õues, doktorkalade ravi jalgadele, kasutada observatooriumit.

Jäneda Spaa pakub teenuseid väga erinevatele sihtrühmadele, iga klient peaks leidma endale sobiva teenuste paketi, kui ta soovib puhata maamajutusettevõttes. Samas soovitakse ka, et ettevõtte arendaks oma tooteid ja teenuseid, et spaas oleks suurem valik. Ettevõtte võiks arendada olemasolevaid tooteid ja tuua sisse ka uusi tooteid ja teenuseid, mis oleksid rohkem maalähedasemad. Näiteks hobustega ratsutamise võimalust ja rohkem aktiivset puhkust väljaspool spaa ruume. Võiks ka kasutusele võtta looduslikud ravimid, mis tervendavad inimesi.

3. ETTEPANEKUD SPAATOODETE JA -TEENUSTE ARENDAMISEKS JÄNEDA SPAALE

Käesolevas alapeatükis toob lõputöö autor välja järeldused ja parendusettepanekud, mis lähtuvad läbiviidud uuringust ning saadud tulemustest. On välja toodud autori poolset parendusettepanekud Jäneda Spaale. Pakutakse uusi lahendusi ettevõtte spaateenuste rajamiseks, kohaliku loodusressursside kaasahaaramiseks spaateenustele, ning külalistele spaa atraktiivsemaks muutmiseks.

Uuringu tulemustest selgus, et küsitlusele vastajad olid suure osakaaluga naised. Ning kõige enam vastasid inimesed vanuses 15–24 eluaastat. Sellest võib järeldada, et enamus, kes seal käib, on noored. Samas oli ka palju teisest vanusegruppidest vastanud.

Uuringutulemustest tuli välja, et erinevaid spaasid on külastanud enamus vastajatest. Kõige populaarsemad spaad, mida külastati on Aqva Spa & Hotel Rakveres, Spa Tervise Paradiis Pärnus, Meresuu Spa Narva-Jõesuus ja Georg Otsa Spa Saaremaal.

Spaa teenuste ja atmosfääriga jäädakse Jäneda spaas üldiselt rahule. Spaa on küll väike, aga pakub erinevaid teenuseid ning iga külastaja peaks leidma endale sobiva teenuse. Spaa külalislahkusega ei jäänud eriti rahule, mis võib olla tingitud sellest, et töötajaid ei koolitata kohapeal välja ja tööle asuvad inimesed peavad iseseisvalt ära õppima erinevate teenuste tervendavad toimed ja neid hiljem klientidele tutvustama. Töötajad võiks varem läbida koolituse, kus tutvustatakse töötajatele spaas olemasolevaid teenuseid ja nende toimeid. Samas peab ka spaa administraator viima läbi teatud protseduurid, ning ka seda peaks õpetama professionaalselt läbi viima.

Küsitluse tulemusest selgus, et inimesi mõjutab kõige rohkem spaa valiku tegemisel hind. Kuna Jäneda Spaa hinnaklass ei ole väga kõrge, peaks ta end reklaamima kui

hinnasõbralikku ja kvaliteetset spaad. Samas mõjutab ka spaa valimist asukoht, Jäneda asub väga ilusas kohas ja spaa peaks seda asukohta enda reklaamimiseks ära kasutama.

Rodrigues ja Kastenholz (2010: 332) on öelnud, et külastajad soovivad nautida lõõgastusi, mida pakuvad maapiirkonnas asuvad ettevõtted jäädes võimalikult maalähedaseks. Jäneda Spaa võiks kasutusele võtta looduslikke kosmeetikume, mida on kohapeal valmistatud, kuna küsimustiku tulemusest tuleb välja, et inimesed eelistavad kõige rohkem neid tooteid spaahoolitsuste tegemisel. Näiteks Jänedal asuvat siniallika vett saaks kasutada erinevates protseduurides ning seda vett pakkuda joogiveena, kuna allikavesi on tervisele kasulik. Lisaks saaks spaas kasutada ära ka kohalikku savi, mida Jäneda lähiümbruses leidub, sellest saaks teha erinevaid maske ja kehahoolitsusi. Peale selle leidub seal kandis palju taimi ja ürte, mida saab toidus kasutada kui ka erinevates vannides. Ravimtaimedest saab teha tervistavaid keediseid, tinktuure, erinevaid vanniuurte, salve, kompresses, kuumi mähiseid ja ravivaid õlised. Samas on ka Eesti taimedel omadused inimest ravida, kui neist tõmmist teha ja teena juua.

Jäneda Spaa võiks korraldada ka loenguid, kuidas erinevad taimed tervendavad inimest ja õpitube, kus näidatakse kuidas valmistada õigesti erinevaid taimedest valmivaid tervendavaidprodukte.

Ankeedis oli ka küsitud, millistest teenustest tuntakse kõige rohkem puudust. Paljud nimetasid nendeks valguteraapiast ja aroomiteraapiast. Valgusteraapia on tunnustatud ravimeetod sügistalvise ja masenduse vastu. Aroomiteraapiline massaaž mõjutab rakusisest ainevahetust, ergutab immuunsüsteemi, aitab hormonaalsete probleemide puhul.

Looduslikest spaateenustest tunti puudust erinevatest kehahoolitsustest looduslike kosmeetikumidega (savi, sool, muda). Samas sooviksid inimesed võtta ka vanne kohapeal kasvatatud erinevate ürtidega. Ka Cohan ja Bodeker (2008: 222) on märkinud, et inimesed soovivad kasutada eelkõige selliseid kosmeetikume, mis on naturaalsed ning mis on toodetud loodussõbralikult. Kuna tänapäeval on levima hakanud oma kosmeetikumide valmistamine, võiks ka Jäneda Spaa pakkuda omalt poolt tooteid, mis on kohapeal ja looduslikult valmitatud. Leidus ka neid, kes sooviksid Jäneda Spaas kaaniravi ehk hirudoteraapiat. Kaani ravi toimel on võimalik normaliseerida vererõhku

ja parandada vereringet veresoontes. Tunti ka huvi kalade vastu, keda kasutatakse jalgade hoolitsusel. Kalahooldus on soovitatav kõikides vanuses inimestele, hästi mõjub protseduur higistavate jalgade, kuiva naha ja muude nahaprobleemide korral. Doktorkalad stimuleerivad jalgadel asuvaid punkte, mille kaudu mõjutatakse kõiki organeid.

Jänera spaa võiks pakkuda ka hobuteraapiat, kuna see on raviva toimega teenus, mida saab pakkuda maapiirkonnas koostöös kohalike hobuste kasvatajatega. Hobuteraapia on rehabilitatsioonimeetod, mille puhul eesmärgi saavutamiseks kasutatakse hobust, kes mõjutab klienti oma liikumise või temaga suhtlemise kaudu, teraapia on mõeldud eelkõige erivajadustega inimestele. Hetkel koostöö Jänera tallidega puudub.

Jänera Spaa võiks need teenused kasutusele võtta. See sobib ka spaa kontseptsiooniga muutuda loodustlähedasemaks, kuna kalad, kaanid ja hobused on osa meie elusloodusest, ning nad aitavad kaasa inimeste tervenemisele teatud haiguste puhul.

Kuna spaa asub looduskauis kohas, siis on seal ka palju võimalusi aktiivseks puhkuseks. Polucha jt on rõhutanud (2009: 17), et maapiirkondade turismi arendamisel on oluline pakkuda teenuseid ühtse pakulina ehk turismitootena, mis sisaldab majutust, toitlustust ja aktiivseid tegevusi. Vastustest tuli välja, et külastajad sooviksid spaapuhkusel aktiivselt tegeleda ka välitegevustega. Kuna Jäneral asub kaks hobusetalli, siis spaa võiks pakkuda oma klientidele ratsutamise võimalust vabas looduses. See tuleks kasuks kohalikele, kuna tegevus aitaks kaasa kohalikele talliomanikele, kui neil oleks kliente.

Samas soovitakse ka vabas looduses matkata. Spaa võiks tellida kohaliku teadja-inimese, kes oskab lähiümbrust tutvustada ja matkajatele sellest põnevaid jutte rääkides. Talviti pakub Jänera väga ilusaid suusaradu ja Jänera lähiümbruses asub mitu kohta, mis pakuvad erinevatel raskusastmetel suusaradu, uisutamist ning mägisuusatamist. Nendeks on Kõrvemaa keskus, Valgehobusemäe Suusa- ja Puhkekeskus ning Nelijärve Puhkekeskus. Ettevõtted võiksid koos luua üritusi, kus igal osapoolel oleks midagi erilist ja meelde jäävat, mida klientidele pakkuda. Ka Hall (*et al* 2006: 20) on öelnud, et hästi planeeritud turism on majanduslikult kasulik tervele maakogukonnale.

Siseruumides saab puhkust aktiivselt veeta ja paljud vastajad sooviksid Jäned Spaas joogaga tegeleda. Spaa peaks palkama jooga treeneri, kes vajadusel annaks jooga treeninguid. Huvitav oleks ka jooga tunde läbi viia Jäned Observatooriumis, ilusa tähistaeva all.

Jäned spaa võiks olemasolevaid teenuseid uuendada, et muuta külastuskäik klientidele mugavamaks. Kuna spaas asub kaks vanni ühes ruumis, võiks spaa pakkuda romantilist vannipaketti, mida kaaslased saaksid koos nautida. Teiseks oluliseks uuenduseks võiks spaa pakkuda midagi ka lastele. Paljudes Eesti spaades mõeldakse ka laste peale, kus lapsed saavad võtta erinevaid teenuseid. Näiteks Meresuu Hotel ja Spaas pakutakse laste massaaži, laste manikööri ja pedikööri. Laulasmaa Spaa-ja konverentsihotell pakub massaaže poistele ja tüdrukutele eraldi. Hedon Spa & Hotel pakub lastele massaaži, kus samal ajal loetakse muinasjutte ette.

Spaa peaks leidma massööri, kes oleks kohapeal olemas, kui inimesed soovivad massaaže saada ja ta peaks oskama ka lastele õrnemat massaaži teha. Kuna Jäned Spaas enam ei tegutse massööri, siis peaks spaa palkama inimese, kes oleks nõus oma teenust pakkuma, kuna massaaž on lõõgastava puhkuse üks tähtsamaid osasid. Ja on tavaline, et igas spaas pakutakse massaaži.

Jänedal on pakkuda palju põnevat. Üheks võib pidada Jäned Observatooriumi, mis kuulub helilooja Urmas Sisaskile, selle hellitavaks nimeks on Jäned Muusikatähetorn. Sisaski poolt Jäned lossi rajatud unikaalne kontsertsaal-planetaarium on nii helilooja töötuba kui ka ta enda korraldatavate kontsert-lektooriumide läbiviimise koht. Lossi torni ehitatud observatoorium võimaldab jälgida öist tähistaevast ka päeval, taustaks helilooja elavas esituses universumi ilust inspireeritud muusika. McNeil *et al.* (2005: 31,35) on öelnud, et igal spaal tuleb otsida midagi oma asukohas erilist, mida eksponeerida ning mille läbi oma teenuseid müüa. Spaa külastus oleks põnev, kui lisaks lõõgastusele saab käia observatooriumis oma vaimu ja meelt hellitamas ilusa klaverikonserdiga ning loengutega, mis räägivad meie tähtedest.

Selgus ka, et külastajad sooviksid spaas viibimise ajal süüa mahetoitu. Mahetoidu eelistajate arvates on mahetoit tervislikum, maitavam ja keskkonnasõbralikult toodetud. Maheettevõttes majandatakse keskkonnasõbralikult, pidades silmas tulevaste põlvete

õigust puhtale elukeskkonnale. Maheloomakasvatustes pööratakse suurt tähelepanu loomade heaolule. Maheloomade kasvatamisel ei kasutata ennetavalt sünteetilisi veterinaarravimeid ega antibiootikume. Küsimuses, palju inimesed oleksid nõus selle eest maksma, oli erinevaid arvamusi. Oli ka neid, kes eelistaksid mahetoidule tavalist praadi, kuna arvati, et mahetoit on väga kallis. Samas sõltub see ka toidu kvaliteedist ja tooraine värskusest. Üldiselt oleksid inimesed valmis mahetoidu eest natukene rohkem maksma kui tavalise toidu eest.

Jäneda Mõisa Turismikeskus koosneb mitmest kompleksist, toituskoht asub spaast umbes 300 meetri kaugusel. Selle nimi on Musta Täku Tall, mis pakub toitlustust igapäevaselt. Menüüd vaadates ei ole seal eriti arvestatud tervislikkusega, kuna väga palju on seal erinevaid praade, kus ei kasutata kohalikku ega värsket kraami, tooraine on tellitud külmutatuna, mistõttu säilib see kauem. Kuna paljudel külastajatel oli soov proovida oma puhkuse ajal ka mahetoitu, võiks Musta Täku Tall kaaluda väikest erimenüüd, mis koosneks paarist mahetoidust, kus on kasutatud kohalikku toorainet ja oleks tervislik. Kuna igal aastaajal on toidulauale pakkuda erinevaid tooraineid, saaks menüüs ka vastavalt toidud vahetuda. Mahetoidul ei peaks olema suur menüü, piisaks paarist eelroast, supist, praest ja magustoidust.

Samuti võiks menüüs leiduda ka erinevaid smuutisid, näiteks nii magusaid kui ka soolaseid. Kuna Jäneda lähiümbruses tegutsevad talud, põllumehed ja jahimehed, ei tohiks olla väga raske hankida toorainet, kauplemine tuleks kasuks mõlemale osapoolle. Kohalikud saaksid oma toorainet reklaamida ja müüa, Musta Täku Tall koostöös Jäneda Spaaga saaks täiustada oma toidu menüüd erinevate tervislike toitudega.

Kliendid soovivad, et neid mõistetakse, teenindaja kuulab neid ja esitab küsimusi, mis aitavad välja selgitada nende eelistusi, siis kliendid tunnevad usaldust ettevõtte vastu. Oluline on ka see, et kliendid tunneksid et nad on ettevõttes teretulnud. Kuna spaad külastavad inimesed, kes soovivad lõõgastuda ja põgeneda igapäeva pingete eest, siis nad soovivad tunda end spaas hästi. Ettevõtte saab kliente üllatada väikeste asjadega, näiteks pakkudes juua või rätikut, sellised väikesed asjad aitavad kliendil tunda end teretulnult. Klientide jaoks on tihti tähtis ka see, et nad tunneksid end tähtsalt. Seda saab ettevõtte tagada nii, et teenindaja suunab kogu tähelepanu teenust osutades kliendile,

sedasi tunnevad kliendid, et teenus on isikustatud ja nende klientuur on hinnatud. Kliendid soovivad tunda, et hind vastaks kvaliteedile ja et pärast spaad lahkumist teaksid, et see oli kasulik nii kehale kui ka vaimule. (Lieber 2011)

Töö autori arvates on ettevõttel väike pakettide valik, ning iga klient ei pruugi leida endale sealt sobivat paketti. Autor arvab, et teenuseid arendades aitab see tõsta klientide huvi ettevõtte vastu. Ettevõtte võiks mõelda lastega klientide peale, võttes kasutusele teenuseid, kus saavad ka lapsed rohkem osaleda.

Üheks oluliseks lüliks ühendamaks spaateenuse tarbijat- ja pakkujat on ka hea info kättesaadavus. Täna, põhiliselt infotehnoloogiale tuginevas ühiskonnas, on inimesed harjunud, et suur osa vajalikku infot jõuab nendeni Interneti vahendusel kiirelt ja mugavalt. Pea igal ettevõttel on olemas oma kodulehekülg ning aina rohkem kasutatakse ka sotsiaalmeedia võrgustikke oma teenuste tutvustamisel. Igal spaateenuseid pakkuval ettevõttel peaks olema kodulehekülg, kus on kerge orienteeruda, mis on arusaadav ja selge ning annab ülevaate seal pakutavatest protseduuridest ning teenustest. Seal võiks kajastada info selle kohta, mis tooteid ja teenuseid pakutakse ning millised on hinnad, samuti informatsioon majutuse ning toitlustuse kohta. Tähtsad on ka asukohakirjeldused ning kui tegemist on maapiirkonnaga, siis ka täpsed juhised, kuidas asutus üles leida. Ka visuaalne pool on ülioluline. Kodulehel peaksid ka leiduma pilte hoonetest, sisekujundusest, protseduuridest ning üldisest ilmast. Kui on tegemist looduse poolest kauni keskkonnaga, siis ehk ka ümbruses asuvatest ilusatest vaadetest ning põnevatest kohtadest. Tänapäeva niigi kiire ja stressirohke elutempo juures hindab klient väga, kui ta saab mugavalt arvuti taga istudes tutvuda valitud Spaaga ning leiab kergelt ja mugavalt teda huvitava info üles. Ka need kliendid, kellel puuduvad kindlad eelistused asukoha ja teenuste suhtes, võivad tänu heale koduleheküljele otsustada just mõne kindla spaa kasuks.

KOKKUVÕTE

Tänapäeval pööravad inimesed üha enam rõhku oma tervisele. Terviseturism on muutunud aastatega aina populaarsemaks ning uusi terviseturismi alavorme aina juurde. Inimesed külastavad spaasid, et hoolitseda oma vaimse kui ka füüsilise tervise eest. Inimesed on muutunud üha teadlikumaks, nad teavad mida oodata spaalt ning mis tooteid ja teenuseid erinevad spaad pakuvad. Teadlikel klientidel on välja kujunenud oma soovid ja vajadused ning oluline on ka spaa asukoht. Need, kes otsivad rahu ja vaikust personaalset teenindamist, maalähedasi tooteid ja teenuseid ning meeldejäävat spaapuhkuse kogemust valivad selleks maapiirkonnas asuva ettevõtte. Kuid üldised spaapuhkuse eesmärgid jäävad samaks, olenemata asukohast. Ikka otsivad kliendid head teenindust ja võimalusi lõõgastumiseks ja aja maha võtmiseks.

Käesoleva lõputöö teema valikul lähtus töö autor sellest, et nõudlust maapiirkonnas pakutavate spaatoodete järele on seni vähe uuritud, kuna tegemist on küllaltki uue uurimisvaldkonnaga. Paljud inimesed eelistaksid oma puhkust veeta pigem linnakärast eemal olles ja loodust nautides. Diplomand lähtus töö kirjutamisel sissejuhatuses toodud eesmärgist ning püstitatud ülesannete täitmisest lõputöö kirjutamise käigus. Selleks, et täita eesmärki, viis diplomand läbi uuringu ankeetküsitluse abil ajavahemikus 28. veebruar 2013–30. märts 2014.

Käesoleva lõputöö probleemiseade tugines teadmisel, et spaateenuseid pakkuvad ettevõtted, mis asuvad maapiirkonnas, peaksid arendama oma spaatooteid ja teenuseid, et külastajate arv suureneks. Maapiirkonnas asuvad spaaettevõtted peaksid pakkuma tooteid ja teenuseid, mis on maalähedased ja erinevad teiste spaade pakutavatest teenustest. Töö eesmärgiks oli analüüsida teemakohaseid kirjandusallikaid, viia klientide seas läbi uuring Jänedas Spaa poolt pakutavate teenuste kohta, analüüsida

saadud tulemusi, ning nendest lähtuvalt teha ettepanekuid muutmaks Jäneda Spaa teenuseid klientide jaoks atraktiivsemateks.

Teoreetilises osas selgus et maapiirkonnas asuval spaal tuleks teenuste ja toodete arendamiseks läbi mõelda, kuidas pakkuda klientidele seda, mida nad soovivad jäädes seejuures maalähedaseks, kuid atraktiivseks. Selleks tuleks ettevõttel esmalt toodete ja teenuste arendamist läbi mõelda mida soovitakse arendada. Tuleks mõelda oma sihtgrupi peale, millistest teenustest tuntakse puudust ning millised on teenused, mida palju ei tarvitata. Peale selle tuleb toote arendamisel jälgida kvaliteeti, hindade kujundamisel uurida kui palju kliendid on nõus raha kulutama ning pidevalt end kursis hoidma turul olevate trendidega. Oluline on ka koostöö teiste kohalike ettevõtjatega ja kohaliku omavalitsusega, kuna koostöös võivad kasu saada kõik osapooled, ning see aitaks ka majanduslikult lähedal olevaid inimesi ja ettevõtteid.

Töö empiirilises osas kirjeldati Jäneda Spaad ja ettevõtte poolt pakutavaid tooteid ja teenuseid. Ettevõtte pakub oma tooteid ja teenuseid erinevatele sihtrühmadele, samas on sihtrühmad nagu lapsed ja paarid jäänud rohkem tahaplaanile.

Tulenevalt probleemiseadest sai töö alguses püstitatud eesmärk mida uurida. Diplomand väidab, et spaateenuste arendamisel Jäneda spaas soovib spaad küllastata rohkem inimesi ja spaa muutub atraktiivsemaks. Autor leiab, et eesmärk sai tõestust. Uuringu käigus selgus, et uute spaatoodete ja teenuste arendamisel tekiks ettevõttel rohkem kliente. Samuti pakkusid vastajad ise välja, milliseid tooteid ja teenuseid Jäneda spaa peaks arendama ja kasutusele võtma. küsimustikust selgus, et paljud kliendid eelistavad looduslähedust.

Läbi viidud kliendiuuringust selgus, et Jäneda Spaa plussiks peetakse asukohta ja spaateenuste valikut. Miinusteks mainiti, et puuduvad teenused paaridele ja lastele, ning välitegevusi ei leidu ja mahetoitu ei pakuta.

Uuringu tulemuste põhjal toob autor välja olulisemad ettepanekud spaatoote arendamiseks:

- arendada maalähedasi spaatooteid ehk pakette;
- arendada maalähedasi teenuseid. Näiteks loodusest saadavate taimete abil pakkuda mähiseid, hoolitsusi, maske ja vanne;
- kaasata spaatoodete arendamisse kohalikke ettevõtjaid, näiteks hobusekasvatajad pakuksis ratsutamisteenust, giidid pakuksid harivaid loodusmatkasid, kohalikud talunikud oma talutooteid jne;
- kaasata Musta Täku Tall, mis pakuks spaa külastajatele võimalust nautida puhast mahetoitu.

Diplomand leiab, et antud töö eesmärk sai täidetud. Käesoleva lõputöö teoreetiline osa, uuringu tulemused ning sellele tuginevad järeldused võivad olla abiks Jäneda Spaa arendamisel ja ideede genereerimisel. Antud diplomitöö annab ideid, millises suunas maapiirkonna spaatooteid ja teenuseid arendada.

VIIDATUD ALLIKAD

Andreu, L., Kozak, M., Avci, N., Cifter, N. 2005. Market segmentation by motivation to travel: British tourists visiting Turkey. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. Vol 9. no. 4, pp. 47–67

Ardel, T. 2004. Maaturismi aabits. Tallinn: Argo.

Boga, T. C., Weiermair, K. 2011. Branding new services in health tourism. -*Tourism Review*, Vol. 66 Iss:1 pp. 2–3

Brown, A. Spa Types: How To Understand The Different Kinds of Spas.

[<http://spas.about.com/cs/spa101/a/typesofspas.htm>] 14.02.2013

Burkholder, P. 2007. Start Your Own Spa and More. US: Entrepreneur Media Inc

Cohen, M., Bodeker, G. 2008. Understanding the Global Spa Industry: Spa Management. UK: Elsevier Ltd.

Crebbin-Bailey, J., Harcup, J., Harrington, J. 2005. The Spa Book. The Official Guide to Spa Therapy .C and C Offset Printing Co Ltd.: Hong Kong

D'Angelo, J. M. 2009. Spa business strategies: a plan for success. UK: Cengage Learning Inc.

Tooman 2012. EAS Turismiarenduskeskuse ja MTÜ Eesti Terviseturismi Ühenduse lähteülesande täitmisest terviseturismi valdkonnas. Lõppraport.

Eesti maaturismi arengukava 2010–2014. 2009.

[<http://www.maaturism.ee/index.php?id=projekti-kaigus-valminud-dokumendid>] 24.03.2014

Eesti Maaturism 2014 [<http://www.maaturism.ee/index.php?id=liikmete-nimekiri>] 13.01.2014

Eesti Riiklik Turismiarengukava 2014–2020. 2013

[<https://www.riigiteataja.ee/akti/isa/3191/1201/3015/lisa.pdf>] 28.02.2014

Eesti Spaaliit 2014. Eesti spaahotellide kategooriad ja järgud.

[<http://www.estonianspas.eu/et/espa/Spa-hotellide-kategooriad-ja-jarkude-andmise-kord>] 21.01.2014

Eesti Spaaliit 2014. Eesti Spaaliidu liikmed.

[http://www.estonianspas.eu/en/liikmed/pohja_eesti] 14.09.2014

Energia Talu koduleht. [<http://www.energiatalu.ee/oko-spa/>] 12.03.2014

Erfurt-Cooper, P., Cooper, M. 2009. Health and wellness tourism: Spas and hot springs. UK: Channel View Publications Ltd.

European Spa Association, ESPA. 2014. Introduction.

[<http://www.europeanspas.eu/association/>] 27.01.2014

George, E. W., Mair, H., Reid, D. G. 2009. Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change. UK: Channel View Publications Ltd.

Global SPA Summit. 2011. Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do Spas Fit? Research report.

Goodrich, J. N. 1994. Health tourism: a new positioning strategy for tourist destinations. Journal of International Consumer Marketing, Vol.6. Nos.3–4, pp 227–237.

Hall, D., Kirkpatrick, I., Mitchell, M. 2005. Rural Tourism and Sustainable Business. UK: Channel View Publications Ltd.

Hall, M. 2011. Health and medical tourism: Kill or cure for global public health? Tourism Review, 66 (1 / 2), 4–5.

History of ISPA. [<http://www.experienceispa.com/about-ispa/history-of-ispa/>] 10.09.2014

Hsu, C., Killion, L., Brown, G., J. M., Huang, S. 2008. Tourism Marketing: an Asia-Pacific perspective. Milton: Wiley

European SPA Association, ESPA 2014. Introduction. [<http://www.espa-ehv.eu/association/>] 21.01.2014

International SPA Association, ISPA. 2014. ISPA's Definition of Spa.

[<http://www.experienceispa.com/about-ispa/>] 08.03.2014.

International SPA Association, ISPA. 2014. Types of Spas.

[<http://www.experienceispa.com/spa-goers/spa-101/types-of-spas/>] 08.03.2014

- Keller, P.** 2000. Globalisation and Tourism, in: Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism. New York: CABI
- Lazarus, J.** 2000. The spa sourcebook. Los Angeles: Lowell House
- Lieber, K.** 2011. Exceed Spa Guest Expectations to Gain a Loyal Customer Base.
[<http://www.coylehospitality.com/news/exceed-spa-guest-expectations-to-gain-a-loyal-customer-base/>] 23.02.2014
- M. J, O`Fallon., D. G., Rutherford.** 2011. Hotel Management and Operations. John Wiley and Sons, Inc. New Jersey 5th edition lk 47–48
- Maaturismi uuring 2013.
[http://www.agri.ee/public/juurkataloog/UURINGUD/uuring_maaturism_2012.pdf]
15.02.2014
- Maaturismiettevõtjate olukord ja vajadused ning maaturismi toodete ja teenuste tarbijate eelistused. Uuring turismiettevõtjad maapiirkonnas.
[http://www.agri.ee/public/juurkataloog/UURINGUD/TURISMI_UURING_2010.pdf]
05.02.2014
- Mansvelt, J.** 2011. Green Consumerism. An A-to-Z Guide. UK: SAGE Publications Ltd.
- McNeil, K. R., Ragins, E. J.** 2005. Staying in the spa marketing game: Trends, challenges, strategies and techniques. Journal of Vacation Marketing, UK: Sage Publications Ltd, Vol. 11 no. 1, pp. 31, 35
- Morgan, M., Lugosi, P., Ritchie, R. B.** 2010. The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives. UK: Channel View Publications Ltd.
- Nahrstedt, W.** 2004. Wellness: A new perspective for leisure centers, health tourism, and spas in Europe on the global health market. In Weiermar, K., and Mathies, C., (eds) The tourism and leisure industry: sheaping the future, The Haiworth Press, New York, 181–198.
- Polucha, I., Žukovskis, J., Jaszczak, A., Marks, E.** 2009. Rural tourism in the areas with valuable resources: systematic approach. – Management theory & studies for rural business & infrastructure development, Vol. 21 Issue 2, pp. 90–100
- Rodrigo, L.** Seven Tips to Keep Your Clients Coming Back for More.[
<http://freelancefolder.com/tips-for-freelancers/>] 28.02.2013

- Rodrigues, A., Kastenholz, E.** 2010. Hiking as a wellness activity – an exploratory study of hiking tourists in Portugal. Journal of Vacation Marketing, UK: Sage publications Ltd, Vol. 16 no. 4, pp. 332
- Ross, K.** 2012. Health Tourism: An Overview. HSMAI Marketing Review.
[<http://www.hospitalitynet.org/news/4010521.search?query=%22health+tourism%22>] 09.03.2012
- Rust, R. T., Oliver, R. L.** 2000. Should we delight the customer? Journal of the Academy of Marketing Science. Vol 28. no. 1, pp. 86–94
- Sachs, M., Sachs, R.** 2007. Ayurvedic Spa. Treatments for large and small spas as well as home care to help everyone become healthy, happy, and inspired. US: Lotus Press
- Smith, M., Puczko, L.** 2008. Health and wellness tourism. Elsevier: Butterworth-Heinemann.
- Spa design. Algunos Conceptos Actuales Sobre El Desarrollo Y Diseno De Spa.
[http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-bal/spa_design.pdf] 13.03.2013
- Eesti Spaa Liit. Spaa traditsioonid 2014.
[http://estonianspas.eu/et/espa/spa_traditsioonid] 21.01.2013
- Sustainable Tourism Training The Trainers Programme. Ceeweb for Biodiversity.
[http://www.ceeweb.org/wpcontent/uploads/2012/02/Topic10Tourism_product_development.pdf] 18.02.2013
- Tabacchi, M.** 2003. The Spa Industry & Consumer Study. In partnership with Leading Spas of Canada
- Eesti Arengufond 2010. Tervishoiuteenused 2018. Eesti tervise- ja heaoluteenuste ekspordivõimalused. Raport.
- Todd, M. K.** 2012. Handbook of Medical Tourism Program Development. Developing Globally Integrated Health Systems. US: CRC Press.
- World Health Organization, 2012. WHO. Definition of Health. [<https://apps.who.int>] 11.04.2014
- World Tourism Organization. Understanding Tourism: Basic Glossary. Wellness Tourism Worldwide. 2011. 4WR: Wellness for Whom, Where and What?
[http://www.slovenia.info/pictures%5CTB_board%5Catachments_1%5C2012%5C4WR_WellnessTourism_2020_fullreport_14328.pdf] 23.04.2014

LISAD

Lisa 1. Ankeetküsimustik

Lugupeetud vastaja, koostan Tartu Ülikooli Pärnu kolledži üliõpilasena lõputööd teemal "Spaateenuste arendamine maapiirkonnas Jäneda Mõisa Lõõgastuskeskus-SPA näiel". Minu Lõputöö üheks osaks on küsitlus. Selleks, et paremini arendada ja pakkuda spaateenuseid Jäneda Spaas, palun Teie arvamust ja hinnangut. Küsitlus on anonüümne ja küsimustele vastamine võtab aega kuni 10 minutit. Palun tehke sobivasse lahtrisse ristike või kirjutage oma arvamus.

Täna Teid!

Laura Kala

1. Kas Te olete külastanud varem mõnda Eesti spaad?

- ☐ Jah
- ☐ Ei

2. Kui olete külastanud, siis milliseid? Loetle

.....

3. Milliseid teenuseid olete kasutanud, millised meeldisid kõige rohkem?

.....

4. Mis mõjutab Teie otsust spaad valides kõige enam? Märkige 2 olulisemat

- ☐ Asukoht
- ☐ Teenindus
- ☐ Teenuste valik
- ☐ Hind
- ☐ Sooduspakkumised
- ☐ Hoolduses kasutatavate kosmeetikumide valik
- ☐ Spaa looduslähedus ja keskkonnasõbralikkus
- ☐ Spaa maine

5. Kas olete kuulnud terminist loodusspaa?

- ☐ Jah
- ☐ Ei

6. Mis on Teie jaoks loodusspaa? Palun valige üks terminitest

- ☐ Spaa, mis kasutab teenuste pakkumisel enda sõnul looduslikke, kuid pakendatud tooteid
- ☐ Spaa, kus hoolitsustes kasutatavad kosmeetikumid valmistatakse kohapeal ning üksnes värsketest komponentidest
- ☐ Spaa, mis asub vaikes looduskaunis paigas, maapiirkonnas

7. Milliseid tooteid spaahoolitsuste tegemisel eelistate? (Palun valige üks variant)

- ☐ Tuntud brändide alla kuuluvaid kosmeetikume
- ☐ Tundmatu kaubamärgi alla kuuluvaid kosmeetikume, mille hinnaklass on Teile sobivam
- ☐ Looduslikke kosmeetikume (kohapeal värsketest komponentidest valmistatud)

8. Kas Te olete külastanud Jäned spaad?

- ☐ Jah
- ☐ Ei

9. Kuidas Te jääte rahule hetkel olevate spaa protseduuridega Jäned Lõõgastuskeskuses?

Väga rahul	Üldiselt rahul	Ei oska öelda	Pigem rahulolematu	Üldse mitte rahul
2	1	0	-1	-2

10. Täiendavad ettepanekud...

.....

.....

11. Milliseid spaateenuseid Te kasutate?

.....

12. Kui jah, kas tundsite mingist kindlast protseduurist puudust?

- Jah
- Ei

13. Kui jah, siis millisest? Loetle.

.....

14. Kui huvipakkuv ja oluline oleks Teile, et spaa võtaks oma teenustes kasutusele rohkem kohalikke loodusressursse?

.....

15. Millised on Teie jaoks olulisemad looduslikud ressursid, mida spaa peaks kasutusele võtma?

.....

16. Kui spaa pakuks Teile peale protseduure roogasid, mis on tehtud mahetoidust, kas Teil tekiks huvi neid proovida?

- Jah
- Ei

17. Kui palju Te oleksite nõus selle eest maksma? Palun selgitage

.....

18. Millised oleksid Teie eelistused roogade valimisel?

.....

19. Millised spaateenused oleksid Teile kõige huvipakkuvad? Valida võib mitu

- Näohoolitsused
- Erinevad kehahooldused looduslike kosmeetikumidega
- Külmravi
- Erinevad vannid ehtsate looduslike ürtidega
- Kaaniravi
- Jalgade kalahoolitsus
- Muu

20. Millised tegevused oleksid Teile kõige huvipakkuvad? Valida võib mitu

- ☐ Matkamine
- ☐ Ratsutamine
- ☐ Jalgrattasõit
- ☐ Suusatamine
- ☐ Kepikõnd
- ☐ Jooga
- ☐ Basseinis lõõgastumine
- ☐ Saunas käimine

21. Millistest teenustest ja tegevustest koosneks Teile jaoks ideaalne spaapakeet?

.....

22. Soovitage mõni just Teile arvates looduslik spaatoode või teenus, mille võiks Jäeneda Spaas kasutusele võtta?

.....

23. Olete

- ☐ Mees
- ☐ Naine

24. Vanus

- ☐ 15-24
- ☐ 25-49
- ☐ 50-64
- ☐ 65-79
- ☐ Üle 80

Lisa 2. Maapiirkonnas pakutavad spaateenused ja nende
koduleheküljed

Asukoht	Koha nimi	Spaateenused	Koduleht
Hiiumaa	Lõokese Hotell	Klassikaline massaaž, Meemassaaž, Laavakivimassaaž	http://www.lookese.ee/
Saaremaa	Fra Mare Tahasso Spa	Reiki, Lümfimassaaž, Veealune massaaž, Laserravi	http://framare.ee/day-spa/
Muhu saar	Pädaste Mõis	Merevetika mähis Merevee mullivann Kitsepiima massaaž	http://www.padaste.ee/
Matsalu Rah- vuspark	Algallika keskus	Hawaii soolepuhastus, Holotroopne hingamine, Saun	http://www.algallika.ee
Pär- numaa	Maria talu	Meemassaaž, Saunad, Tsooniteraapia	http://www.maria.ee
Tartumaa	Loodusra- vikeskus	Paastumised, Soolte sügavpuhastus, Süsihappegaasi kuivvann	http://www.loodus.net
Põlvamaa	Värskasana- toorium ja Veekeskus	Ravimuda vann, Savi soojendus, Elektriravi magnetravi	http://www.spavarska.ee
Otepää	Bernhard SPA Hotell	Rasedate massaaž, Detox vann, Alfa Lounge muusikatool	http://www.bernhard.ee
Lääne- Virumaa	Vihula Manor Country Club and Spa	Trimmiv kehamassaaž, Laavakivimassaaž, Sultani kehahooldus meestele	http://www.vihulamanor.com
Ida- Virumaa	Mäetaguse mõisa hotell ja SPA	Kalapediküür, Spordimassaaž, Kombineeritud kupu- ja meemassaaž	http://www.moisahotell

Lisa 3. Jämeda Spaas pakutavad teenused ja nende kirjeldus

Saunamaailm	Leilisaun, aurusaun, bassein
Suur leilisaun	Mahutab kuni 10 inimest
Privaatsaun	Mullivanniga saun, mahutab kuni 4 inimest
Infrapunasaun	Stimuleerib hingamist ja mürkainete eraldumist
Piimavann	Niisutab ja toidab nahka
Veinivann	Aitab hoida nahka noore ja elastsena
Erinevate ürtidega vannid	Mitmeürdivann, Palderjani- ja humalavann, Männi-okkaõli vann, Rosmariinivann, Tsirkulaar - Massaaživann ürtidega, Melissibalsamiga vanniõli, 7-me ürdi vannivaht, Ürdi- pärlivann
Fango kehahooldus	Tselluliiti vähendava, valu vaigistava, antiseptilise ja turseid eemaldava toimega
Mõisapere Šokolaadi keha- hooldus	Suurepärase aroomiga hooldus algab kehakoormimisega, seejärel kantakse kehale nahka tervendav ja niisutav šokolaadiemulsioon. Hooldus on sügavniisutava toimega. Muudab naha pehmeks ja elastseks.
Iluparafiin kätele	Pehmendab küünevalle ja toidab nahka, muutes selle pehmeks ja andes terve väljanägemise. Stimuleerib vereringet, rahustab ja lõõgastab
Kivimassaaživoodi	Sobib mitmete haiguste raviks ja profülaktikaks: lülisamba probleemid, insultide ja infarktide profülaktika, üleväsimus, naha seisukorra parandamiseks, kaalu langetamiseks
Vesivoodimassaaž - MediJet	Sobib spordipingi või tööstressi maandamiseks, ainevahetuse ja vereringe parandamiseks. Leevendab lihaspingeid
Soolakoobas	Soolaravi kasutatakse eelkõige krooniliste hingamisteede haiguste, sealhulgas astma, kroonilise bronhiidi, kroonilise põskkoopapõletiku, kroonilise nohu, kroonilise kurgumandlite põletiku raviks. Samuti sobib soolaravi nahaprobleemide, stressi, unetuse ja liigesepõletike puhul.
Solaarium	Päikesevalgus aitab võidelda kevadväsimusega, lisaks on solaariumis päevitamine hea ettevalmistus puhkuseks päikeserohkes kliimas või mägedes, sest nii tagatakse nahale loomupärane valguskaitse ja väheneb päikese põletuse oht. Kevadel päevitamine valmistab naha ette suveks.

SUMMARY

SPA PRODUCT DEVELOPMENT IN COUNTRYSIDE BASED ON JÄNEDA MANOR RELAXATION-SPA

Laura Kala

SUMMARY

Nowadays, more and more people begin to invest in their health. Health tourism has become increasingly popular over the years and the new spa types are being widely opened. People visit spas to take care of their mental and physical health. People have become more aware of what to expect from spas and spas offer different products and services. Aware customers have developed their own desires and needs and the location of spas plays an important role.

Those who are looking for peace and tranquility, combined with personalized services, natural products and services and memorable spa vacation experience choose spa, which is located in countryside. However, the overall spa holidays targets remain the same regardless of the location. Still, customers are looking for good service and opportunities to relax and take time out.

The author of this particular thesis „Spa product development in countryside based on Jäneda Manor Relaxation-SPA“ believes, that research about spa product development should be done, as this kind of enterprise is relatively new. Also the theme of this thesis is actual, because not so much attention has been turned on to spa development in countryside.

The author of the final thesis researches the possibilities of developing spa services in rural areas. The task of the final thesis is to define the customer opinion, expectations and wishes of spa services, offered in rural environment and based on that propose

measures for developing the services in Jäneda Spa. In order to fulfill the objective of the thesis the author has performed questionnaire through the period from 28th of February 2013 to 30th of March 2014, the analyse period was three months.

Customer surveys revealed that Jäneda spa and spa services is considered to be the location of choice. Negatives mentioned that there are no procedures for couples and children, and there are no foreign operations, and organic food is not offered.

Based on the survey results, the author brings out key proposals for the development of spa products:

- Develop earthy services. For example, in the wild, to provide accessible herb wrap treatments, masks and baths.
- Include the development of spa products to local operators, such as horse breeders to offer horseback riding, tour guides provide educational in nature, local farmers in their farm products and so on.
- Engage Tall Black Stallion, which offers spa guests the opportunity to enjoy the pure organic food.

Diplomat finds that the aim of the work was completed. The theoretical part of this thesis work, the results of this study are based on the findings may be helpful in generating ideas and developing Jäneda Spa. Although the enterprise should conduct more research to found out what kind of products potential clients wish and would enjoy to have in the Jäneda Spa. This research gives ideas and proposals, what kind of spa products should be developed.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina Laura Kala

(autori nimi)

(sünnikuupäev: 12.11.1989)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
Spaateenuste arendamine maapiirkonnas Jänedä Mõisa Lõõgastuskeskus-SPA näitel,

(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on Heli Tooman,

(juhendaja nimi)

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu alates **12.11.2014** kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **12.11.2014**